



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

## **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **CARRERA: INGENIERÍA FINANCIERA**

#### **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD TÉCNICA Y FINANCIERA EN LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA GRAN FERIA DE CARNES “DON SEBITAS” SALCEDO, COTOPAXI 2019”**

##### **Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto de Inversión

Presentado para optar el grado académico de:

##### **INGENIERA EN FINANZAS**

**AUTORA:** KATHY YOLANDA SALAZAR CALDERÓN

**DIRECTOR:** Ing. William Patricio Cevallos Silva

Riobamba- Ecuador

2020

**© 2019, Kathy Yolanda Salazar Calderón**

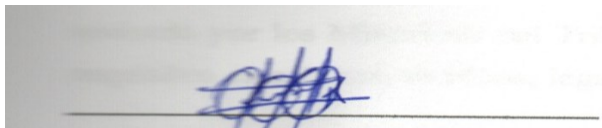
Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo **Kathy Yolanda Salazar Calderón**, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos.

Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad leal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 22 de enero de 2020

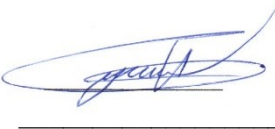
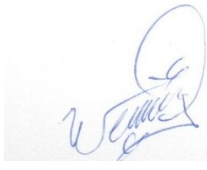



**Kathy Yolanda Salazar Calderón**

**CI: 220053470-5**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA: INGENIERÍA FINANCIERA**

El Tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de inversión, **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD TÉCNICA Y FINANCIERA EN LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA GRAN FERIA DE CARNES “DON SEBITAS” SALCEDO, COTOPAXI 2019”**, realizado por la señorita: **KATHY YOLANDA SALAZAR CALDERÓN**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su Presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Ing. Gerardo Luis Lara Noriega <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>	 _____	<b>2020-01-22</b>
Ing. William Patricio Cevallos Silva <b>DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>	 _____	<b>2020-01-22</b>
Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	 _____	<b>2020-01-22</b>

## **DEDICATORIA**

Esta tesis está dedicada a Dios, porque él es la luz y mi guía en el caminar de mi vida.

A mi hermano José Salazar, y a mis padres Rodrigo Salazar y Yolanda Calderón; por su esfuerzo, dedicación, amor, cariño, comprensión y por su apoyo moral y económico que permitieron que logre culminar mi carrera profesional.

*Kathy Salazar Calderón*

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por ser mi luz y guiarme en el transcurso de mi vida, brindándome salud y sabiduría para culminar una de mis metas anheladas.

A mis padres y hermanos por ser el pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente. Agradezco a todos los docentes y en especial a mi tutor Ing. Patricio Cevallos quienes con su experiencia, conocimientos y motivación me orientaron en la investigación para desarrollarme como personal y profesional.

*Kathy Salazar Calderón*

## TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XIV
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XV
RESUMEN .....	XVII
ABSTRACT.....	XVIII
INTRODUCCIÓN .....	1

## CAPÍTULO I

<b>1. MARCO TEORICO REFERENCIAL.....</b>	<b>2</b>
<b>1.1. Antecedentes Investigativos.....</b>	<b>2</b>
<b>1.2. Marco Teórico.....</b>	<b>3</b>
<b>1.2.1. Proyecto de inversión .....</b>	<b>3</b>
2.1.1.1. <i>Importancia de un proyecto de inversión .....</i>	3
1.2.1.2. <i>Determinantes del proyecto de inversión .....</i>	4
1.2.1.3. <i>Etapas y fases del proyecto .....</i>	6
<b>1.3. Estudios para un proyecto de inversión .....</b>	<b>13</b>
<b>1.3.1. Estudio de Mercado .....</b>	<b>13</b>
1.3.1.1. <i>Importancia del estudio de mercado .....</i>	14
1.3.1.2. <i>Métodos para el estudio de mercado .....</i>	15
<b>1.3.2. Estudio técnico .....</b>	<b>21</b>
1.3.2.1. <i>Objetivos del estudio técnico .....</i>	21
<b>1.3.3. Estudio organizativo .....</b>	<b>22</b>
1.3.3.1. <i>Objetivos del estudio organizacional .....</i>	23
1.3.3.2. <i>Proceso para el estudio organizacional .....</i>	23
<b>1.3.4. Estudio económico .....</b>	<b>24</b>
1.3.4.1. <i>Inversión requerida .....</i>	25
1.3.4.2. <i>Evaluación económica .....</i>	30
1.3.4.3. <i>Evaluación ambiental.....</i>	34
1.3.4.4. <i>Evaluación social .....</i>	35
<b>1.4. Idea A Defender .....</b>	<b>36</b>
<b>1.5. Variables.....</b>	<b>36</b>
<b>1.5.1. Independientes .....</b>	<b>36</b>
<b>1.5.2. Dependientes .....</b>	<b>36</b>

## CAPÍTULO II

<b>2.</b>	<b>MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>37</b>
<b>2.1.</b>	<b>Modalidad De La Investigación .....</b>	<b>37</b>
<b>2.1.1.</b>	<b><i>Cuantitativa</i> .....</b>	<b>37</b>
<b>2.1.2.</b>	<b><i>Cualitativa</i> .....</b>	<b>37</b>
<b>2.2.</b>	<b>Tipos De Investigación.....</b>	<b>38</b>
<b>2.2.1.</b>	<b><i>Descriptivo</i>.....</b>	<b>38</b>
<b>2.2.2.</b>	<b><i>Explicativa</i>.....</b>	<b>38</b>
<b>2.2.3.</b>	<b><i>De campo</i>.....</b>	<b>38</b>
<b>2.3.</b>	<b>Población y Muestra .....</b>	<b>39</b>
<b>2.3.1.</b>	<b><i>Población</i>.....</b>	<b>39</b>
<b>2.3.2.</b>	<b><i>Muestra</i> .....</b>	<b>39</b>
<b>2.3.2.1.</b>	<b><i>Muestra total de hogares</i>.....</b>	<b>39</b>
<b>2.3.2.2.</b>	<b><i>Muestra total de negocios</i> .....</b>	<b>40</b>
<b>2.4.</b>	<b>Métodos, Técnicas E Instrumentos.....</b>	<b>41</b>
<b>2.4.1.</b>	<b><i>Métodos</i> .....</b>	<b>41</b>
<b>2.4.2.</b>	<b><i>Técnicas</i> .....</b>	<b>41</b>
<b>2.4.3.</b>	<b><i>Instrumentos:</i> .....</b>	<b>42</b>
<b>2.5.</b>	<b>Análisis e interpretación de resultados.....</b>	<b>43</b>
<b>2.5.1.</b>	<b><i>Datos informativos</i> .....</b>	<b>43</b>
<b>2.5.1.1.</b>	<b><i>Género:</i> .....</b>	<b>43</b>
<b>2.5.1.2.</b>	<b><i>Edad:</i>.....</b>	<b>44</b>
<b>2.5.1.3.</b>	<b><i>Estado Civil:</i>.....</b>	<b>45</b>

## CAPITULO III

<b>3.</b>	<b>MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>55</b>
<b>3.1.</b>	<b>Estudio De Mercado .....</b>	<b>56</b>
<b>3.1.1.</b>	<b><i>Capacidad instalada</i>.....</b>	<b>56</b>
<b>3.1.1.1.</b>	<b><i>Cálculo de la capacidad de almacenamiento</i> .....</b>	<b>56</b>
<b>3.1.1.2.</b>	<b><i>Cálculo De La Capacidad De Almacenamiento De La Sucursal</i>.....</b>	<b>58</b>
<b>3.1.1.3.</b>	<b><i>Cálculo De La Capacidad De Los Vendedores</i> .....</b>	<b>59</b>
<b>3.1.2.</b>	<b><i>Análisis de la demanda</i> .....</b>	<b>59</b>
<b>3.1.2.1.</b>	<b><i>Calculo de la proyección de la demanda</i>.....</b>	<b>60</b>
<b>3.1.2.2.</b>	<b><i>Cálculo de la demanda por hogares</i> .....</b>	<b>60</b>



3.1.2.3.	<i>Cálculo de la demanda por negocios</i>	60
<b>3.1.3.</b>	<b><i>Análisis de la Oferta</i></b>	<b>62</b>
3.1.3.1.	<i>Cálculo de la oferta por hogares y negocios</i>	62
<b>3.1.4.</b>	<b><i>Demanda insatisfecha</i></b>	<b>63</b>
<b>3.1.5.</b>	<b><i>Análisis del producto</i></b>	<b>63</b>
3.1.5.1.	<i>Calidad de la carne</i>	63
<b>3.1.6.</b>	<b><i>Presentación del producto</i></b>	<b>73</b>
<b>3.1.7.</b>	<b><i>Productos que se ofrecen al mercado</i></b>	<b>75</b>
<b>3.1.8.</b>	<b><i>Análisis del precio</i></b>	<b>76</b>
<b>3.1.9.</b>	<b><i>Análisis de marketing y ventas</i></b>	<b>77</b>
3.1.9.1.	<i>Redes sociales</i>	77
3.1.9.2.	<i>Gigantografías</i>	79
3.1.9.3.	<i>Página web</i>	80
<b>3.1.10.</b>	<b><i>Análisis de distribución</i></b>	<b>81</b>
<b>3.2.</b>	<b><i>Estudio Técnico</i></b>	<b>84</b>
<b>3.2.1.</b>	<b><i>Macro localización</i></b>	<b>84</b>
3.2.1.1.	<i>Provincia de Cotopaxi</i>	84
3.2.1.2.	<i>Microlocalización</i>	88
<b>3.2.2.</b>	<b><i>localización optima</i></b>	<b>88</b>
<b>3.2.3.</b>	<b><i>Factores de localización y su ponderación</i></b>	<b>89</b>
<b>3.2.4.</b>	<b><i>Proceso de Producción</i></b>	<b>91</b>
3.2.4.1.	<i>Proceso de faenamiento</i>	91
3.2.4.2.	<i>Proceso de producción en la carnicería Don Sebitas Matriz</i>	93
3.2.4.3.	<i>Proceso de producción en la Sucursal de la Empresa Don Sebitas cantón Salcedo</i>	96
<b>3.2.5.</b>	<b><i>Distribución de la planta</i></b>	<b>97</b>
3.2.5.1.	<i>Ingeniería y tecnología</i>	99
<b>3.3.</b>	<b><i>Estudio Organizacional Y Legal</i></b>	<b>103</b>
<b>3.3.1.</b>	<b><i>Misión</i></b>	<b>103</b>
<b>3.3.2.</b>	<b><i>Visión</i></b>	<b>103</b>
<b>3.3.3.</b>	<b><i>Objetivos</i></b>	<b>103</b>
<b>3.3.4.</b>	<b><i>Valores</i></b>	<b>104</b>
<b>3.3.5.</b>	<b><i>Estructura Organizacional</i></b>	<b>104</b>
3.3.5.1.	<i>Manual de Funciones</i>	105
<b>3.3.6.</b>	<b><i>Estudio legal</i></b>	<b>109</b>
3.3.6.1.	<i>Constitución de la Sucursal Gran Feria De Carnes “Don Sebitas”</i>	109
3.3.6.2.	<i>Otorgamiento de la franquicia</i>	111
3.3.6.3.	<i>Requisitos adicionales para el funcionamiento</i>	112

3.3.6.4.	<i>Aspectos Ambientales Del Proceso Productivo</i>	112
3.3.6.5.	<i>Residuos No Peligrosos</i>	112
3.3.6.6.	<i>Residuos peligrosos</i>	113
3.3.6.7.	<i>Residuos químicos:</i>	113
3.3.6.8.	<i>Plan para el cuidado del Agua</i>	114
3.3.6.9.	<i>Plan del cuidado de energía eléctrica</i>	114
3.4.6.10.	<i>Plan para el manejo del suelo</i>	115
<b>3.4.</b>	<b>Estudio Económico Financiero</b>	<b>116</b>
<b>3.4.1.</b>	<b><i>Inversiones</i></b>	<b>116</b>
3.4.1.1.	<i>Inversiones Fijas</i>	116
3.4.1.2.	<i>Inversiones Diferidas</i>	117
<b>3.4.2.</b>	<b><i>Capital de trabajo</i></b>	<b>117</b>
<b>3.4.3.</b>	<b><i>Inversiones y Financiamiento</i></b>	<b>118</b>
<b>3.4.4.</b>	<b><i>Financiamiento</i></b>	<b>119</b>
<b>3.4.5.</b>	<b><i>Costos directos</i></b>	<b>121</b>
3.4.5.1.	<i>Materia prima</i>	121
3.4.5.2.	<i>Mano de Obra Directa</i>	122
3.4.5.3.	<i>Costos indirectos</i>	123
<b>3.4.6.</b>	<b><i>Gastos</i></b>	<b>124</b>
3.4.6.1.	<i>Gastos Administrativos</i>	124
3.4.6.2.	<i>Gastos Publicidad</i>	124
3.4.6.3.	<i>Gasto Depreciación</i>	125
3.4.6.4.	<i>Gasto amortización</i>	126
<b>3.4.7.</b>	<b><i>Ingresos del proyecto</i></b>	<b>127</b>
<b>3.4.8.</b>	<b><i>Estado de resultados proyectado</i></b>	<b>127</b>
<b>3.4.9.</b>	<b><i>Flujo de caja proyectado</i></b>	<b>128</b>
<b>3.4.10.</b>	<b><i>Balance General Proyectado</i></b>	<b>129</b>
<b>3.4.11.</b>	<b><i>Punto de equilibrio</i></b>	<b>131</b>
<b>3.4.12.</b>	<b><i>Evaluación financiera</i></b>	<b>132</b>
3.4.12.1.	<i>Valor Actual Neto</i>	132
3.4.12.2.	<i>Tasa Interna de Retorno</i>	133
3.4.12.3.	<i>Relación Beneficio Costo</i>	135
3.4.12.4.	<i>Periodo de recuperación</i>	135
3.4.12.5.	<i>Análisis de sensibilidad</i>	136
<b>CONCLUSIONES</b>		<b>144</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>		<b>145</b>

**BIBLIOGRAFÍA**  
**ANEXO**

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-1:</b>	Estructura del PYG .....	29
<b>Tabla 2-1:</b>	Flujo de caja estructura .....	30
<b>Tabla 1-2:</b>	Número de hogares en el cantón Salcedo .....	39
<b>Tabla 2-2:</b>	Negocios del cantón donde utilizan cárnicos .....	39
<b>Tabla 3-2:</b>	Género de los encuestados .....	43
<b>Tabla 4-2:</b>	Edad de las personas encuestadas .....	44
<b>Tabla 5-2:</b>	Estado Civil de las personas encuestadas .....	45
<b>Tabla 6-2:</b>	Lugar donde adquiere cárnicos actualmente .....	46
<b>Tabla 7-2:</b>	Tipo de carne que adquiere .....	47
<b>Tabla 8-2:</b>	Frecuencia con la que adquiere carne .....	48
<b>Tabla 9-2:</b>	Aspectos que considera del lugar donde adquiere sus cárnicos .....	49
<b>Tabla 10-2:</b>	Dificultades actuales al adquirir cárnicos .....	50
<b>Tabla 11-2:</b>	Promedio de gastos en el consumo de carne .....	51
<b>Tabla 12-2:</b>	Aceptación de una sucursal de carne en el cantón Salcedo .....	52
<b>Tabla 13-2:</b>	Aceptación del Servicio a Domicilio .....	53
<b>Tabla 14-2:</b>	Medios de comunicación con mayor aceptación .....	54
<b>Tabla 1-3:</b>	Capacidad de la maquinaria y equipo .....	56
<b>Tabla 2-3:</b>	Capacidad de venta .....	59
<b>Tabla 3-3:</b>	Consumo de carne de hogares .....	60
<b>Tabla 4-3:</b>	Demanda futura de hogares .....	60
<b>Tabla 5-3:</b>	Consumo de carne por negocios .....	61
<b>Tabla 6-3:</b>	Demanda futura de negocios .....	61
<b>Tabla 7-3:</b>	Resultado de la encuesta .....	62
<b>Tabla 8-3:</b>	Cálculo de la demanda insatisfecha de los hogares .....	63
<b>Tabla 9-3:</b>	Composición nutritiva (por 100 g de porción comestible, ternera magra) .....	66
<b>Tabla 10-3:</b>	Productos derivados del cerdo .....	75
<b>Tabla 11-3:</b>	Productos derivados del pollo .....	75
<b>Tabla 12-3:</b>	Productos derivados de la res .....	75
<b>Tabla 13-3:</b>	Embutidos .....	76
<b>Tabla 14-3:</b>	Lista de precios de carne .....	76
<b>Tabla 15-3:</b>	Medios publicitarios aceptados por los encuestados .....	77
<b>Tabla 16-3:</b>	Presupuesto Facebook .....	78
<b>Tabla 17-3:</b>	Presupuesto de gigantografía .....	79
<b>Tabla 18-3:</b>	Presupuesto Página web .....	81

<b>Tabla 19-3:</b> Factores.....	89
<b>Tabla 20-3:</b> Factores de Localización.....	90
<b>Tabla 21-3:</b> Gerente .....	105
<b>Tabla 22-3:</b> Departamento de contabilidad y finanzas .....	106
<b>Tabla 23-3:</b> Departamento operativo.....	107
<b>Tabla 24-3:</b> Departamento de ventas.....	108
<b>Tabla 25-3:</b> Composición del capital.....	109
<b>Tabla 26-3:</b> Maquinaria y Equipo .....	116
<b>Tabla 27-3:</b> Herramientas de producción .....	116
<b>Tabla 28-3:</b> Muebles y enseres.....	117
<b>Tabla 29-3:</b> Equipo de cómputo .....	117
<b>Tabla 30-3:</b> Equipo de oficina.....	117
<b>Tabla 31-3:</b> Activos Diferidos.....	117
<b>Tabla 32-3:</b> Capital de trabajo .....	118
<b>Tabla 33-3:</b> Inversiones.....	118
<b>Tabla 34-3:</b> Tabla de amortización del crédito .....	119
<b>Tabla 35-3:</b> Materia Prima .....	121
<b>Tabla 36-3:</b> Mano de obra directa .....	122
<b>Tabla 37-3:</b> Insumo de ventas .....	123
<b>Tabla 38-3:</b> Insumo de aseo .....	123
<b>Tabla 39-3:</b> Gasto mantenimiento .....	123
<b>Tabla 40-3:</b> Depreciación maquinaria y equipo.....	125
<b>Tabla 41-3:</b> Depreciación herramientas de producción .....	125
<b>Tabla 42-3:</b> Muebles y enseres.....	125
<b>Tabla 43-3:</b> Equipo de cómputo .....	126
<b>Tabla 44-3:</b> Depreciación Equipo de oficina .....	126
<b>Tabla 45-3:</b> Amortización gasto constitución.....	126
<b>Tabla 46-3:</b> Amortización gasto organización.....	126
<b>Tabla 47-3:</b> Amortización investigación .....	126
<b>Tabla 48-3:</b> Resumen Costos Fijos y Variables.....	131
<b>Tabla 49-3:</b> Cálculo del VAN .....	133
<b>Tabla 50-3:</b> Cálculo TIR .....	134
<b>Tabla 51-3:</b> Tabla Relación Beneficio Costo.....	135
<b>Tabla 52-3:</b> Periodo de recuperación de la inversión.....	136

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-2:</b>	Género de los encuestados .....	43
<b>Gráfico 2-2:</b>	Edad de las personas encuestadas .....	44
<b>Gráfico 3-2:</b>	Estado Civil de las personas encuestadas.....	45
<b>Gráfico 4-2:</b>	Lugar donde adquiere cárnicos actualmente .....	46
<b>Gráfico 5-2:</b>	Tipo de carne que adquiere .....	47
<b>Gráfico 6-2:</b>	Frecuencia con la que adquiere carne .....	48
<b>Gráfico 7-2:</b>	Aspectos que considera del lugar donde adquiere sus cárnicos.....	49
<b>Gráfico 8-2:</b>	Dificultades actuales al adquirir cárnicos.....	50
<b>Gráfico 9-2:</b>	Promedio de consumo de carne.....	51
<b>Gráfico 10-2:</b>	Aceptación de una sucursal de carne en el cantón Salcedo .....	52
<b>Gráfico 11-2:</b>	Aceptación del Servicio a Domicilio .....	53
<b>Gráfico 12-2:</b>	Medios de comunicación con mayor aceptación .....	54
<b>Gráfico 1-3:</b>	Calidad de la carne.....	63
<b>Gráfico 2-3:</b>	Carne de Pollo .....	67
<b>Gráfico 3-3:</b>	Carne de cerdo .....	70
<b>Gráfico 4-3:</b>	Punto de equilibrio.....	132

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-1:</b>	Elementos de un proyecto de inversión .....	4
<b>Figura 2.1:</b>	Fases del proyecto .....	6
<b>Figura 3-1:</b>	Características de la factibilidad.....	11
<b>Figura 4-1:</b>	Aspectos de un estudio de mercado .....	15
<b>Figura 5-1:</b>	La demanda puede hacer referencia a los siguientes aspectos .....	18
<b>Figura 6-1:</b>	Cálculo de la demanda insatisfecha .....	20
<b>Figura 7-1:</b>	Componentes de un estudio técnico .....	22
<b>Figura 8-1:</b>	Estructura del Análisis Económico.....	24
<b>Figura 1-3:</b>	Para los consumidores la calidad de carne comprende los siguientes aspectos...	64
<b>Figura 2-3:</b>	Empaque para la carne .....	74
<b>Figura 3-3:</b>	Fundas Publicitarias .....	74
<b>Figura 4-3:</b>	Publicidad en Facebook.....	78
<b>Figura 5-3:</b>	Modelo de gigantografía .....	79
<b>Figura 6-3:</b>	Pagina web .....	80
<b>Figura 7-3:</b>	Prevención de contaminación cruzada.....	82
<b>Figura 8-3:</b>	Prácticas de higiene.....	83
<b>Figura 9-3:</b>	Canales de Distribución a hogares.....	83
<b>Figura 10-3:</b>	Canales de distribución a negocios.....	83
<b>Figura 11-3:</b>	Provincia de Cotopaxi.....	84
<b>Figura 12-3:</b>	Valor agregado bruto por rama de actividad.....	85
<b>Figura 13-3:</b>	Valor agregado bruto por cantones.....	86
<b>Figura 14-3:</b>	VAB y su relación con la PEA .....	87
<b>Figura 15-3:</b>	Ubicación google maps .....	88
<b>Figura 16-3:</b>	Flujograma de proceso de faenamiento .....	93
<b>Figura 17-3:</b>	Tratamiento de la carne en la Matriz Don Sebitas .....	95
<b>Figura 18-3:</b>	Proceso de producción en la Sucursal de la Empresa Don Sebitas .....	97
<b>Figura 19-3:</b>	Plano del local comercial.....	98
<b>Figura 20-3:</b>	Cortadora cierra.....	99
<b>Figura 21-3:</b>	Fileteadora de carne .....	99
<b>Figura 22-3:</b>	Ablandadora de carne .....	100
<b>Figura 23-3:</b>	Molino de carne.....	101
<b>Figura 24-3:</b>	Frigorífico .....	101
<b>Figura 25-3:</b>	Cámaras frías.....	102
<b>Figura 26-3:</b>	Mesa de acero inoxidable .....	102

<b>Figura 27-3:</b> Balanza electrónica .....	103
<b>Figura 28-3:</b> Estructura organizacional de la sucursal Don Sebitas.....	104




## RESUMEN

El objetivo del presente proyecto de inversión fue determinar la factibilidad técnica y financiera en la creación de una sucursal de la empresa Gran Feria de Carnes “Don Sebitas” Salcedo, Cotopaxi 2019, para lo cual se elaboró el marco teórico a través de diferentes fuentes bibliográficas que respalden el desarrollo del proyecto identificando cada una de las variables en estudio. Se determinó el marco metodológico mediante la aplicación de instrumentos de investigación como la encuesta, que permitió recolectar y analizar información referente a los gustos y preferencias de los posibles clientes. La viabilidad del estudio de factibilidad y la convergencia con los objetivos planteados se determinó mediante los estudios técnico, legal, administrativo, medio ambiental, y financiero en los cuales se detallan claramente los pasos a seguir y las características necesarias para la ejecución del proyecto, con estos estudios se obtuvo los evaluadores financieros obteniendo un Valor Actual Neto (VAN) de \$122.906,54 correspondiente al VAN mayor a 0 lo que indica que el proyecto es rentable. La tasa interna de retorno fue de 34,19%, lo que significa que es mejor invertir el dinero en el proyecto que ponerlo a producir en una entidad financiera, ya que esta se encuentra en una tasa del 7.66%. Se recupera el capital a partir de 1 año 8 meses 26 días. Mediante el desarrollo del marco teórico se pudo reunir, depurar y explicar los elementos conceptuales, en el marco metodológico se estableció la modalidad de la investigación cuantitativa y cualitativa, se aplicaron encuestas a los representantes de los hogares del cantón salcedo y a los negocios que utilizan cárnicos para la elaboración de alimentos, reuniendo los datos necesarios para el estudio del proyecto. Se recomienda analizar cada una de las fases que intervienen en un proyecto de inversión con el fin de identificar la demanda insatisfecha, la localización optima del lugar, el personal que formará parte de la empresa y sus funciones específicas, así también los indicadores financieros que permitan tomar decisiones.

**Palabras claves:** <ECONÓMICO Y ADMINISTRATIVO>, <PROYECTO DE INVERSIÓN>, <CARNE DE CERDO >, <CARNE DE RES >, <CARNE DE POLLO >, <ESTUDIO DE MERCADO>, <ESTUDIO FINANCIERO>, <DEMANDA >, <EVALUACIÓN ECONÓMICA >.

**REVISADO**

**28 ENE 2020**

Ing. Jhonatan Parreño Uquillas, MBA  
(ANALISTA DE BIBLIOTECA 1)  


## ABSTRACT

The aim of this investment project was to determine the technical and financial feasibility in the creation of a branch of the company Gran FERIA de Carnes “Don Sebitas” Salcedo, Cotopaxi 2019, for which the theoretical framework was developed through different bibliographic sources that support the development of the project identifying each of the variables under study. The methodological framework was determined through the application of research tools such as the survey, which allowed the collection and analysis of information concerning the tastes and preferences of potential customers. The viability of the feasibility study and the convergence with the proposed objectives was determined through the technical, legal, administrative, environmental, and financial studies in which the steps to be followed and the characteristics necessary for the execution of the project are clearly detailed, the financial evaluators were acquired with these studies, obtaining a Net Present Value (NPV) of \$ 122,906.54 corresponding to the NPV greater than 0, which indicates that the project is profitable. The internal rate of return was 34.19%, which means that it is better to invest the money in the project than to put it to produce in a financial institution, since it is at a rate of 7.66%. The capital is recovered from 1 year 8 months 26 days. The conceptual elements could be gathered, refined and explained, through the development of the theoretical framework establishing the modality of quantitative and qualitative research, Surveys were carried out on representatives of households in the canton Salcedo and on businesses using meat for food processing, collecting necessary data for the study of the project. It is recommended to analyze each of the phases involved in an investment project in order to identify the unsatisfied demand, the optimal location of the place, the staff that will be part of the company and its specific functions, as well as the financial indicators that allow take decisions.

**Key words:** <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES >, < INVESTMENT PROYECT >, <PIG MEAT >, <BEEF >, <CHICKEN MEAT> <MARKET STUDY >, <FINANCIAL STUDY>, <DEMAND >, < ECONOMIC EVALUATION >.



## INTRODUCCIÓN

Las variedades de actividades económicas han permitido el desarrollo de las naciones y el progreso de la humanidad. En las últimas décadas se ha visto cómo los seres humanos son menos conformistas y más competitivos, muestra de esto se observa que el proceso educativo dejó de ser solamente la educación básica, media y superior. Hoy en día se busca desarrollar la creatividad, y esta puede nacer de la inspiración particular de una idea o puede ser el resultado de una situación que lo demande, a causa de una necesidad. Se conoce que los emprendimientos tienen dos razones básicas para ser puestos en marcha, aquellos que son creados por las oportunidades que te brinda el mercado o por la iniciativa innovadora de crear un efecto diferenciador en la sociedad. La segunda razón es la que se conoce como el emprendimiento por necesidad, esta es la motivación más básica del ser humano, la misma que en tiempos más remotos no es otra cosa que el instinto de supervivencia frente a las dificultades. (Jaime, 2017)

En la actualidad las empresas grandes, medianas o pequeñas deciden gastar un poco de dinero para realizar un estudio de proyectos antes de invertir, evitando aventurarse sin tener el mínimo conocimiento de un determinado negocio. Redactar un plan de negocios se ha convertido en un paso prácticamente ineludible para la gestión y la creación de nuevas actividades, incluso para el abandono de algunas y para realizar la redistribución subsiguiente de los recursos. De hecho, los directivos necesitan una base sólida y congruente sobre la que trabajar, y los inversores precisan información relevante que les permitan invertir con plena confianza.

Es por ello que para la creación de una sucursal de la empresa Gran FERIA de Carnes “Don Sebitas” Salcedo, se pretende diseñar un proyecto de inversión que se defina como el documento en el que se va a reflejar el contenido del plan empresarial que se trata de poner en marcha y que abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la práctica.

## **CAPÍTULO I**

### **1. MARCO TEORICO REFERENCIAL**

#### **1.1. Antecedentes Investigativos**

Al realizar la investigación correspondiente en el repositorio de la FADE- ESPOCH, se ha encontrado los siguientes trabajos similares que servirán como soporte bibliográfico:

“Proyecto de factibilidad para la ampliación de la Empresa Avícola de producción y comercialización de pollos “Cantos” en el cantón General Antonio Elizalde (Bucay), provincia del Guayas” (Cantos, 2014,p.5).

El presente proyecto tiene como objetivo determinar la factibilidad de ampliar la empresa de producción y comercialización de pollos “Cantos” en el cantón General Antonio Elizalde (Bucay), para lo cual se revisó y analizó la fundamentación teórico práctica en torno al tema. La población objetivo la conforman los cantones Bucay y Cumandá, con 13.314 habitantes en edades de 15 a 60 años; con una muestra de 388 personas, así como el personal que labora en la empresa. Una vez levantada la información se determinó que existe una demanda insatisfecha de 403.160 Kg de carne de pollo al año, considerando un consumo promedio de 32Kg/persona/año. Los estudios subsiguientes determinan el proceso de organización de la empresa, las estrategias de comercialización y los requerimientos técnicos relacionados con la infraestructura y proceso de producción, para finalmente consolidar en información financiera. La investigación proporcionó los siguientes resultados: una inversión inicial de \$ 26.158 para ampliar la empresa en 3 galpones más, con una capacidad a producir de 74.880 Kg de carne de pollo anuales a un precio de venta de \$ 2,02 el kilo, generando una relación beneficio costo de \$0,10 promedio por cada dólar invertido y con una recuperación de la inversión de 3 años con 29 días aproximadamente. En conclusión, este proyecto ofrece todas las garantías financieras y económicas necesarias para la ampliación, se recomienda que como garantía para el préstamo se presente el documento del proyecto con todos sus respaldos, resaltando sus índices de rendimiento: VAN = \$ 10.572 y TIR = 25,95% (Cantos, 2014, p.5).

“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de productos agrícolas limpios en la parroquia San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo” (García, 2015,p.6)

Este proyecto se basa en los principios básicos del desarrollo para un trabajo técnico de titulación, y se desarrolla como la primicia que integra a un próximo ingeniero Comercial a la sociedad y al mismo tiempo, la aplicación de todos los conocimientos adquiridos durante los años de cátedras, plasmados en un trabajo científico. El desarrollo del presente trabajo se justifica en practicar el emprendimiento como principal eje, para ejecutar y demostrar que la academia apoya directamente al desarrollo de la matriz productiva, y sobretodo entendiendo que la Zona 3 se basa en proyectos aplicados a la agricultura y el turismo; nuestras principales herramientas es el estudio de mercado, el marketing mix, y el análisis económico financiero para poder demostrar que se puede ejecutar y al mismo tiempo su sostenibilidad y sustento para ponerlo en vía de ejecución. Los hallazgos encontrados en el presente proyecto son muy alentadores ya que tener una demanda objetiva que rebasan las perspectivas del mercado es muy importante, el determinar que esta área de incursión no está explotada y al mismo tiempo poder poner en marcha su desarrollo, explica la solución a la problemática antes planteada. Nuestra participación en este mercado apenas es del 7%, y hemos ocupado el 80% de capacidad de producción instalada, un 95 % del mercado acepta nuestro producto y se determina que la tendencia es hacia consumir productos orgánicos y limpios como practica de cuidados de nuestra salud y nuestro cuerpo, los resultados del TIR Y VAN proyectan utilidades y rentabilidad con un periodo de recuperación media (García, 2015, p.6).

## **1.2. Marco Teórico**

### ***1.2.1. Proyecto de inversión***

Para (Pacheco & Pérez, 2016, p.6) El proyecto surge como respuesta a una idea que busca la solución de un problema o la forma para aprovechar una oportunidad de negocio que, por lo general, corresponde a la solución de un problema de terceros.

El proyecto de inversión se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio útil al ser humano o a la sociedad en general. (Pacheco & Pérez, 2016, p.6)

Consideramos que el presente trabajo de titulación es un proyecto que desea aprovechar la oportunidad de un negocio dedicado comercialización de carnes en el Cantón Salcedo por su alto porcentaje de ganado existente en la zona.

#### ***2.1.1.1. Importancia de un proyecto de inversión***

(Pacheco & Pérez, 2016, p.7) La evaluación de un proyecto de inversión tiene por objeto conocer la rentabilidad económica y social, de manera que resuelva una necesidad humana en forma

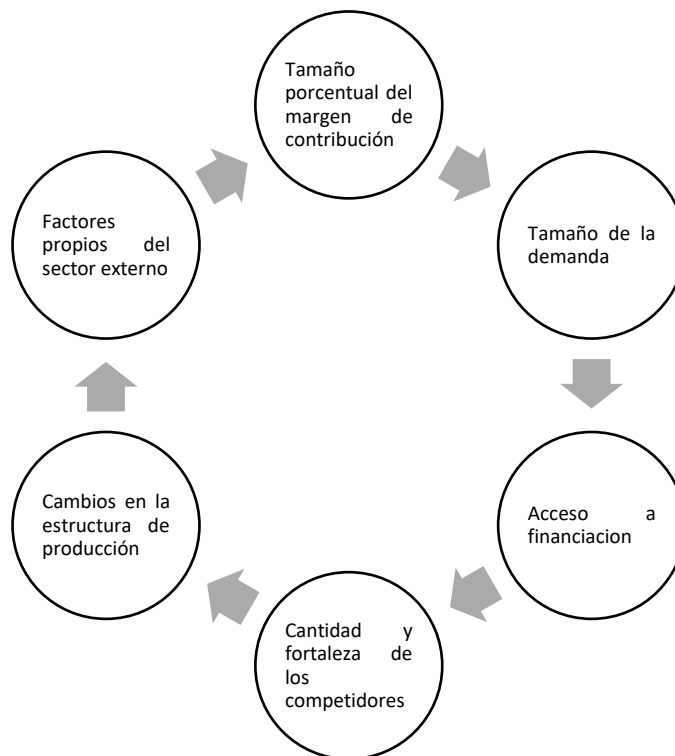
eficiente, segura y rentable, asignando los recursos económicos que se cuentan a la mejor alternativa.

Una buena estructura del proyecto de inversión y su correcta evaluación ayudará a la toma de decisiones eficientes, para saber con claridad si es conveniente o no invertir en el negocio y a la vez saber si el mismo cubre la necesidad de la demanda insatisfecha del cantón (Pacheco & Pérez, 2016, p.7).

Consideramos que en la actualidad una inversión inteligente requiere de un proyecto estructurado y evaluado que indique la pauta a seguir como la correcta asignación de recursos, igualar el valor adquisitivo de la moneda presente en la moneda futura y estar seguros de que la inversión será realmente rentable, decidir el ordenamiento de varios proyectos en función a su rentabilidad y tomar una decisión de aceptación o rechazo.

#### *1.2.1.2. Determinantes del proyecto de inversión*

(Ramírez & Cajigas, 2005: p.37) mencionan que al emprender un proyecto de implementación de un negocio o empresa no se puede apostar los recursos sino invertirlos, considerando al menos los siguientes elementos:



**Figura 1-1:** Elementos de un proyecto de inversión

**Fuente:** (Ramírez & Cajigas , 2005)

**Elaborado por:** Kathy Salazar

- Tamaño porcentual del margen de contribución: la idea es atractiva si el margen de contribución, entendido como la diferencia entre el precio de venta unitario, menos el costo variable unitario, es lo suficientemente grande, como para esperar que se pueda cubrir los costos fijos de estar en el negocio y generar una utilidad que retribuya el riesgo de la inversión.
- Tamaño de la demanda: cuando un buen margen de contribución del negocio se suma una población grande en número con capacidad de compra, potencialmente interesada en adquirir el producto, la iniciativa de negocio tiene a su favor dos determinantes de la inversión claves.
- Acceso a financiación: la rapidez imaginativa de la mente permite concebir la empresa en sus requerimientos monetarios de inversión, según sea el bien o servicio a ofrecer, pudiendo así el emprendedor inversor comenzar a sopesar hasta dónde le es dable financiar esa empresa con recursos propios, prestados o de otras fuentes.
- Cantidad y fortaleza de los competidores: el nivel de competencia del reglón económico escogido dice si es posible en términos reales incursionar en él con posibilidades ciertas de éxito. Muchos y muy fuertes competidores pueden desaconsejar invertir en una actividad, a menos que indicadores poderosos indiquen una verdadera oportunidad para un nuevo ingresante.
- Factores propios del sector externo: los cuales inciden en las importaciones y exportaciones del país, indicando la intensidad de una posible lucha por el mercado interno y externo.
- Cambios en la estructura de producción: cuando gracias a nuevos procesos tecnológicos aprovechables, es viable incursionar en un negocio, recortando y aun superando la curva de experiencia de los competidores antiguos, se está frente a una oportunidad importante. (Ramírez & Cajigas, 2005: p.37)

Adicionalmente a estas determinantes, el o los inversionistas miran su idea de negocio a través de factores como:

- Dinamismo de la actividad económica: significa contemplar el crecimiento o decrecimiento de una actividad en un periodo de dos a cinco años atrás, para a partir de allí, vislumbrar su comportamiento futuro.
- Tamaño de la inversión total requerida: esta inversión es la suma de dinero a comprometer en activos fijos, capital de trabajo, creación de marca e inversiones accesorias para arrancar un negocio. A menor inversión y mayor margen de contribución más atractivo resulta el emprendimiento.
- Grado de sofisticación de los productos: según sea esa sofisticación se prevé la capacidad de la empresa de crear, innovar o imitar los productos, elaborándolos en condiciones competitivas para un mercado exigente.

- Posibilidad de penetrar el mercado empleando los canales o sistemas usados por los competidores o canales propios.
- Facilidades para conseguir materias primas y trabajadores.

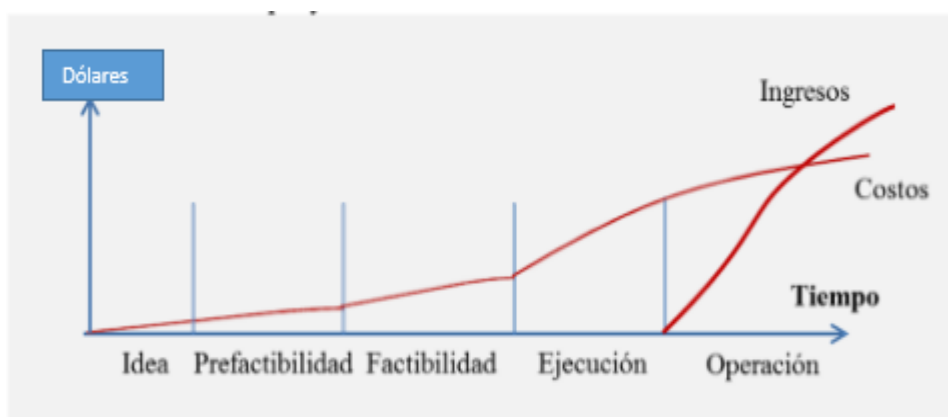
Se puede aludir que el empresario antes de ser un individuo motivado, debe ser racional ya que la motivación puede resultar un estado de entusiasmo del espíritu que pudiera impedir considerar los detalles fundamentales de la idea de negocio, mientras la racionalidad es la decantación de ese entusiasmo, es la negación del sentido apostador del hombre motivado, reemplazado por la mente aguda, lúcida, capaz de pensar horizontal y verticalmente una idea de inversión. (Ramírez & Cajigas, 2005: p.37)

### *1.2.1.3. Etapas y fases del proyecto*

(Castro, 2017, p.26) Establece como etapas del ciclo de vida de un proyecto el inicio, la organización y preparación, la ejecución y cierre. Estas etapas son genéricas a todo tipo de proyecto, independientemente de su tamaño o complejidad.

La fase se comprende como un conjunto de actividades del proyecto, relacionadas de manera lógica, que culmina con la finalización de uno o más entregables y que sirven para facilitar la dirección, la planificación y el control. Las fases de un proyecto pueden ser secuenciales cuando la etapa siguiente sólo puede comenzar cuando la otra cierra, pero también puede ser superpuesta cuando una fase puede iniciar sin que las anteriores hayan finalizado.

Se considera cinco fases del proyecto: idea, prefactibilidad, factibilidad ejecución y operación todas ellas ayudan a llevar la secuencia lógica de lo que se debe hacer y por tanto ninguna riñe con las demás.



**Figura 2.1:** Fases del proyecto

Fuente: (Castro, 2017)

Elaborado por: Kathy Salazar



Bajo este enfoque, un proyecto de inversión genera un producto o entregable en cada fase y cada uno de ellos sirve para soportar el siguiente (idea, anteproyecto, proyecto, evaluación) a la vez que permite mejorarlo, por lo que se trataría de un ciclo de vida iterativa e incremental (Fernandez, 2015, p.56).

Teniendo en cuenta los costos, la ilustración muestra que en las fases de idea y pre factibilidad los costos son bajos por cuanto se está buscando información, principalmente secundaria, pero aumentan en el estudio de factibilidad cuando los costos aumentan por la aplicación de instrumentos, viajes y consultas profesionales de fuente primaria. Estos costos están aún relacionados con la investigación y la ejecución.

En la fase de ejecución se realiza toda la inversión en activos por lo que los costos aumentan más que significativamente y finalmente en la fase de operación, los costos del proyecto se ven aumentados por los costos operacionales, mientras que los ingresos empiezan a aparecer. En el momento que los ingresos alcanzan los costos, se logra el punto de equilibrio y al superarlo se empieza a obtener utilidades. Es normal que en los primeros meses e incluso años, se tenga pérdidas razonables, mientras se da a conocer el producto y la empresa.

### **La idea**

Para (Meza, 2018, p.24) En esta etapa se identifican los problemas que puedan resolverse y las oportunidades de negocio que puedan aprovecharse. La gran mayoría de las ideas que terminan en proyectos de inversión surgen del diagnóstico de las necesidades y problemas imperantes en una sociedad, de tal forma que las diferentes alternativas de solución a estas necesidades plantean las ideas de los proyectos. Se puede presentar el caso que un problema social pueda al mismo tiempo constituirse en una oportunidad de negocio para un inversionista.

Mientras que (Castro, 2017, p.19) denomina a la idea como perfil del negocio, es la fase donde se concibe la oportunidad de mercado para un producto nuevo o mejorado, pero a un nivel de exactitud y detalles muy bajo, incluso muchas veces sólo se expresa de manera oral porque no tiene ningún documento que permita evaluarlo. La idea al ser documentada, es equivalente a la propuesta de investigación en un trabajo de grado.

Consideramos que esta primera etapa surge de un problema o necesidad de un determinado grupo de personas, el cual es identificado, y nace una idea de negocio o emprendimiento para cubrir las necesidades de aquella demanda insatisfecha y aprovechar las oportunidades del entorno.

### **Pre inversión**

(Meza, 2018,p.20) Esta etapa corresponde a todos los estudios que son necesarios realizar antes de tomar la decisión de la inversión. Es conocida también como la Formulación y Evaluación del proyecto de inversión, que dependiendo del nivel de profundidad de los estudios y de la calidad de la información recolectada se realiza a nivel de Perfil, Prefactibilidad (anteproyecto) o Factibilidad (proyecto definitivo). En esta etapa se realizan los estudios necesarios para tomar la decisión de realizar o no el proyecto de inversión.

La viabilidad de las ideas de inversión, así como la de los anteproyectos y los proyectos definitivos, es determinada mediante un procedimiento de dos etapas denominadas Formulación y Evaluación, al cabo de las cuales son seleccionadas solamente aquellas alternativas que satisfacen ciertos requerimientos de rentabilidad. Las alternativas que no satisfacen tales parámetros de rentabilidad se rechazan, o bien son pospuestas para futuros análisis. (Meza, 2018, p.24)

Consideramos que esta etapa es importante para conocer la viabilidad y conveniencia financiera del proyecto, detallando aspectos técnicos y organizativos para su ejecución. Es la fase donde hay una identificación y estimación aproximada en forma desagregada de los costos y beneficios del proyecto y de la magnitud de las inversiones.

### **Formulación del proyecto**

(Meza, 2018) manifiesta que la formulación de un proyecto parte de la identificación de un problema, o de una oportunidad de negocio, y permite establecer qué tipos de bienes y/o servicios son necesarios producir e implementar para su solución o aprovechamiento. La etapa de formulación, después de identificado el problema o la oportunidad de negocio, tiene como propósito principal determinar el monto de la inversión inicial, los ingresos y egresos del proyecto mediante una serie de estudios secuenciales como el estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero. Esta etapa es importante porque permite determinar con claridad si el proyecto de inversión generará o no los recursos suficientes que justifiquen el sacrificio que hace el inversionista al privarse del consumo en el presente. (p.25)

(Meza, 2018) Comenta que la formulación del proyecto se puede realizar en tres niveles:

- o Perfil

Un estudio de pre inversión a nivel de perfil se realiza a partir de la información existente de origen secundario o bibliográfico relacionada con el proyecto. Para las diferentes alternativas de solución, o para la oportunidad de negocio, deben estimarse las inversiones, los costos y beneficios de manera preliminar, es decir, sin entrar a investigaciones de terreno. Para llegar a las

fuentes secundarias se consultan publicaciones en bibliotecas, hemerotecas, bancos de datos, institutos de investigación, etc., que tengan documentos que contengan información que sean de interés para el proyecto. (p.22)

Los elementos principales que deben analizarse en la formulación del proyecto, durante la etapa de perfil, son: estudio de mercado, tamaño y localización del proyecto, tecnología, monto de las inversiones y el marco institucional. (Meza, 2014, p.26)

Habrá que tener presente que en esta etapa de perfil no deben efectuarse elaboraciones profundas ni interpretaciones complejas y solo deberán emplearse aquellas informaciones y bibliografías que estén disponibles fácilmente, lo que indica que las investigaciones se deben realizar con base en fuentes secundarias. Además, la carencia de cualquier dato no significa el rechazo de la idea, sino que será más bien una luz roja que recordará que se debe efectuar una mayor profundización sobre este punto en la siguiente etapa del ciclo del proyecto. (Albis, 2017, p.5)

Al finalizar el estudio a nivel de perfil se formulan las conclusiones con el fin de establecer la conveniencia de continuar con el estudio del proyecto a nivel de prefactibilidad o factibilidad. Si, después de realizado este estudio, la alternativa muestra que no es conveniente, o que no es posible materializar la idea, se rechaza y se puede hacer el mismo estudio para una nueva idea. (Meza, 2018, p.27)

Consideramos que este nivel ayuda a identificar el problema y de las causas, al igual que los objetivos del proyecto, identificando alternativas para dar solución. Es un estudio que no debe demandar mucho tiempo y recursos, pero si se necesita personal con conocimientos técnicos y experiencia en el planteamiento, gestión, ejecución y evaluación de las intervenciones propuestas.

- Pre factibilidad o anteproyecto

(Castro, 2017) menciona que en esta etapa se profundiza la investigación en fuentes primarias y secundarias, lo que significa que además de la información obtenida a través de fuentes bibliográficas es menester hacer investigaciones de campo.

Según lo convincente y completo de los resultados obtenidos en la etapa de perfil, el evaluador del proyecto podrá decidir no desarrollar la etapa de prefactibilidad, pasando directamente a la etapa de factibilidad. Sin embargo, es probable que el perfil proporcione informaciones bastante generales, lo que obligará a profundizar en varios puntos antes de decidir la elaboración del estudio definitivo o de factibilidad. (p.23)

(Meza, 2018) En esta fase ya se elabora un documento base a partir de información secundaria, aunque algunas veces presenta información de fuentes primarias y por tanto tiene un nivel de profundidad y exactitud medio.

Este documento puede equiparse al anteproyecto en un trabajo de grado, ya que requiere el análisis cuidadoso de la idea y de la planeación de la investigación, así como de la definición de la metodología que permitirá cumplir los objetivos propuestos.

En esta etapa de pre factibilidades posible identificar si realmente existe potencial para la idea de negocio, en la medida que exista información suficiente y la manera de obtenerla para poder evaluarla en la siguiente etapa. (p.20)

En este nivel se describe en forma sistemática el proyecto que se pretende desarrollar para dar solución a la problemática identificada justificando su ejecución y el beneficio que causará para determinada población.

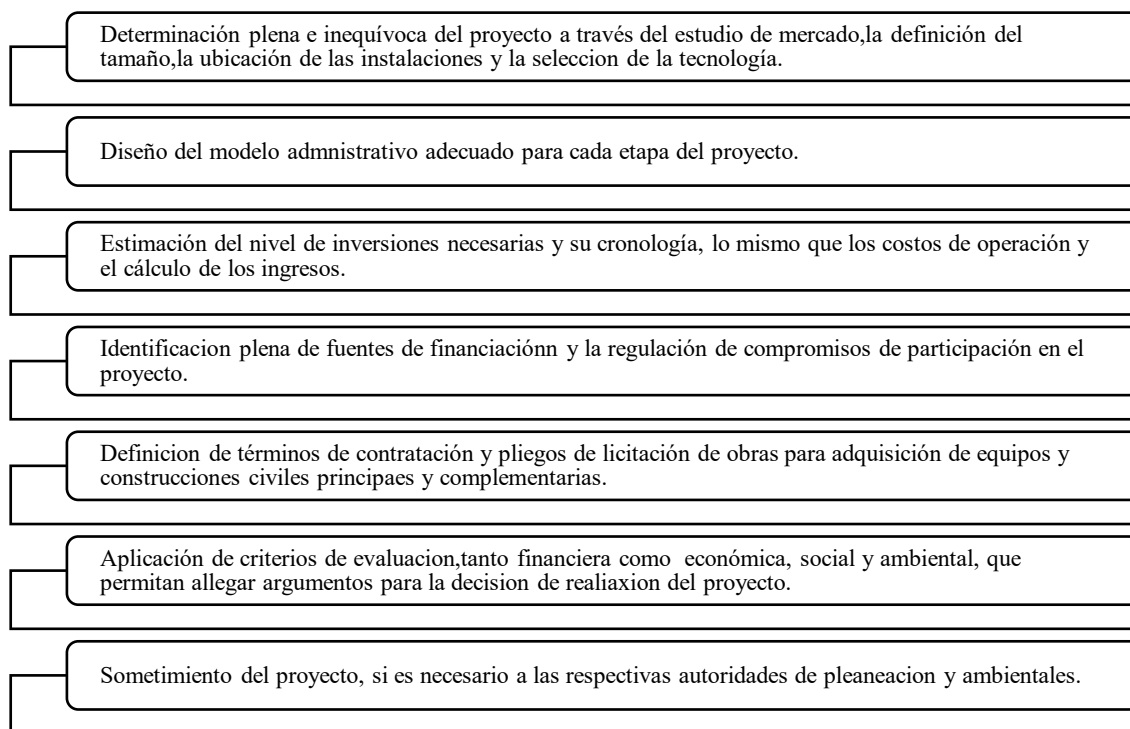
Así también se detallará el equipo técnico, organizacional y ambiental que operará para su funcionamiento y la inversión estimada que se necesitará.

### **Factibilidad o proyecto definitivo**

(Castro, 2017) Menciona que en la Real Academia Española define factible como algo que se puede hacer, mientras que define viable como algo “Que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo”. (p.20)

Aunque la etapa de factibilidad no origina la certeza de que el proyecto sea conveniente, su proceso de elaboración permite eliminar la mayor parte del riesgo y por tanto los supuestos o hipótesis tendrían una alta probabilidad de ser correctas. En esta fase se habla de la rentabilidad de la inversión en el proyecto para definir con la mayor exactitud posible sus consecuencias económicas, por lo que en adelante se hablará de factibilidad para determinar el nivel de profundidad al cual pretendemos llegar. (Castro, 2017, p.20)

(Albis, 2017)manifiesta que la factibilidad debe conducir a:



**Figura 3-1:** Características de la factibilidad

**Fuente:** (Albis, 2017)

**Elaborado por:** Kathy Salazar

(Meza, 2018) Los capítulos (estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero) del estudio de factibilidad son similares a los del de prefactibilidad, salvo que en este primer nivel las investigaciones realizadas son de mayor profundidad, en las cuales ya se definen estrategias para la materialización del proyecto.

Visto de esta manera, la viabilidad la definiremos como la posibilidad de ejecutarlo teniendo en cuenta los recursos disponibles o financiación requerida, es decir, se hablará de factibilidad en función de la conveniencia de la ejecución del proyecto y de viabilidad en función del presupuesto requerido para dicha ejecución. (p.45)

## **Inversión**

La inversión es la etapa del ciclo del proyecto en la cual se materializan las acciones, que dan como resultado la producción de bienes o servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios. La inversión se realiza en un período de tiempo determinado y generalmente termina con un producto o con los elementos necesarios para la prestación de un servicio. (Orjuela & Sandoval, 2002, p.56)

El período de inversión se inicia en el momento en que se toma la decisión de ejecutar el proyecto y termina cuando el proyecto entra en operación. En esta etapa se materializa lo definido en el estudio técnico, en lo que hace referencia a las inversiones que son necesarias para dejar al

proyecto en condiciones de entrar en operación. Tales inversiones son: compra de terrenos, construcción de obras físicas, compra de maquinarias y equipos, compra de equipos de oficina, adquisición de materias primas, adquisición de muebles y enseres, desarrollo de programas y procedimientos para la producción del bien o servicio, programas de capacitación de personal para la operación de maquinarias y equipos, etc. (Orjuela & Sandoval, 2002, p.57)

(Albis, 2017) manifiesta que la inversión o ejecución se realiza la implantación del proyecto. Se genera el cronograma de inversiones y de trabajo. En esta etapa se debe comparar lo presupuestado y lo ejecutado para tener el control del proyecto que empieza en esta fase y acaba con la vida útil del proyecto. Se ejecutan las inversiones y se implementa la tecnología escogida basados en una óptima gestión del recurso humano y con un cuadro organizacional que permita la administración integrada del proyecto para poder darlo a luz, siendo capaz de empezar la producción del bien o servicio para el cual fue concebido. El gerente del proyecto debe estar atento a las necesidades adicionales que surjan durante la implementación del proyecto Esta etapa culmina cuando se pone en marcha el proyecto. (p.9)

## **Operación**

(Albis, 2017) manifiesta que esta etapa es la institucionalización del proyecto. Ya existe el bien o servicio cubriendo la necesidad, el objetivo fue cumplido. Sin embargo, esto no significa que el gerente deba bajar la guardia sobre el control; por el contrario, debe estar atento a los cambios financieros y de tiempo, a la calidad, los impactos socioeconómicos y ambientales y a la operación misma del proyecto. No debe permitir desviaciones por obsolescencia de equipos, por ejemplo, o las consideraciones de ampliación de planta o la posible diversificación de productos, que generaría un nuevo proyecto. En conclusión, el gerente de proyecto debe estar en constante retroalimentación en cada una de las etapas del ciclo de vida del proyecto. Costos previstos para el inicio de las operaciones (necesidad de pruebas previas)

Esta etapa corresponde a un período permanente de producción de bienes o a la prestación de un servicio. Al entrar el proyecto en operación se inicia su ciclo de vida útil (tiempo estimado para la generación de beneficios) que termina en el momento de su liquidación. Durante todo el período de operación se realizan actividades de compra y transformación de materia prima, distribución, promoción y venta del producto, como también actividades administrativas orientadas a la planeación, organización y control de todo el proceso productivo, y todas aquellas actividades necesarias para alcanzar los objetivos del proyecto. (Pacheco & Pérez, 2016, p.45)

La operación de un proyecto es la concreción de un plan en hechos reales, mediante la movilización de recursos humanos, financieros y logísticos que se expresan en salidas de dinero

como los costos de producción, administrativos, de ventas y financieros, y en ingresos por la venta del bien o servicio.

Una vez tomada la decisión de invertir en el proyecto se inicia un proceso que lo podemos resumir de la siguiente forma: los recursos monetarios invertidos se convierten en activos (se compran terrenos, equipos, edificaciones, vehículos, se contratan estudios, se hacen provisiones de capital de trabajo, etc.); estos activos, a través del proceso de producción y combinados con ciertos insumos (mano de obra, materiales, etc.), producen ciertos bienes o servicios que al ser vendidos generan un flujo de ingresos. Al comparar este flujo de ingresos con la inversión en activos y la compra de insumos se podrá determinar la rentabilidad del proyecto.

El resultado de todas estas entradas y salidas de dinero durante un tiempo considerado para medir la bondad financiera del proyecto (horizonte de evaluación del proyecto) conforma el Flujo de Caja, que es el elemento básico para la evaluación financiera del proyecto. Los flujos de caja se constituyen en el puente estratégico entre la formulación y la evaluación del proyecto, de tal forma que una buena formulación nos conduce a adecuados y confiables flujos de caja a los cuales se les aplicarán criterios de evaluación orientados a plantear las recomendaciones de aceptación o rechazo de un proyecto.

En esta etapa se ejecuta el proyecto considerando los estudios previos para evitar errores y malas decisiones, por lo que se inicia con la inversión de recursos materiales y humanos para iniciar con la elaboración del producto o servicio que se pretende ofrecer al mercado objetivo.

### **1.3. Estudios para un proyecto de inversión**

Los estudios que se deben realizar para poder justificar y demostrar los beneficios de un proyecto tienen un contenido mínimo y varían en cuanto a su profundidad y detalle conforme se evoluciona desde los estudios a nivel de perfil hasta los estudios a nivel de factibilidad.

#### ***1.3.1. Estudio de Mercado***

(Gómez, 2013, p.1-189) El estudio de mercado de un proyecto es uno de los análisis más importantes y complejos que debe realizar el investigador, más que centrar la atención en el consumidor y la cantidad de productos que demandará, tiene que estudiar los mercados, proveedores, competidores y distribuidores e incluso, cuando así se requiera, las condiciones del mercado externo.

Es un proceso realizado por la empresa para la obtención de información sobre las personas, entidades y relaciones que intervienen en el mercado en el que la empresa ofrece su producto o

servicio. Una vez obtenida la información se procede a su interpretación y obtención de conclusiones sobre el mercado objeto de estudio. (Castro, 2017, p.45)

Es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio. El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque de su resultado depende el desarrollo de los demás capítulos de la formulación, es decir, ni el estudio técnico, en el estudio administrativo y el estudio financiero se realiza a menos que éste muestre una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio. Más que centrar la atención sobre el potencial consumidor y la cantidad del producto que éste demandará, en el estudio de mercado se tendrá que analizar los mercados de proveedores, competidores y distribuidores e incluso, cuando así se requiera, se analizará las condiciones del mercado externo. (Meza, 2014, p.75)

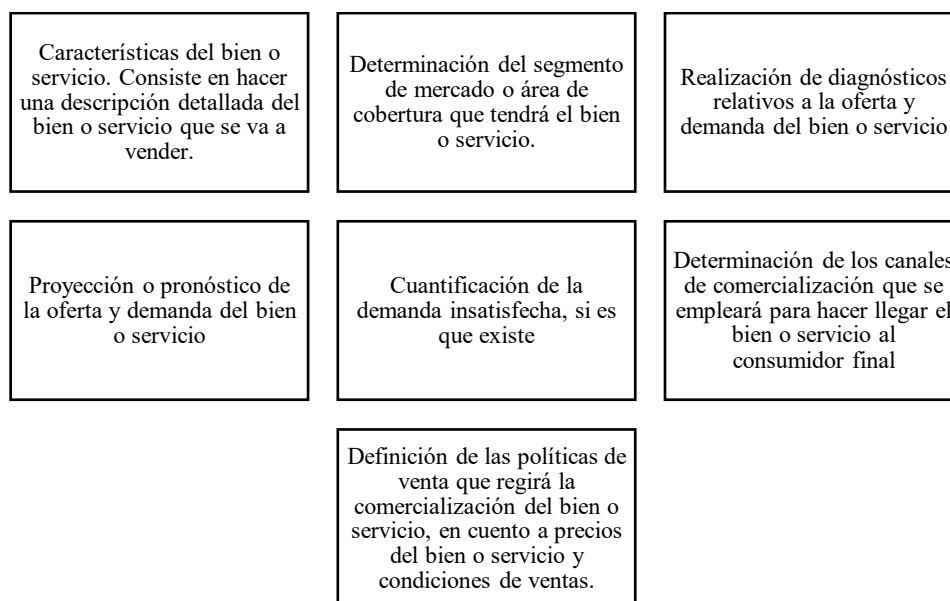
Consideramos que en esta etapa se describe el producto que se oferta en el proyecto detallando sus características técnicas y de calidad. Así también se identifica la demanda insatisfecha a la cual se pretende cubrir y a los posibles competidores. Se determina el precio del producto en base a un estudio de la oferta del mercado para determinar el precio más óptimo.

#### *1.3.1.1. Importancia del estudio de mercado*

Para (Meza, 2014) la importancia del estudio de mercado está en que recoge toda la información sobre los productos o servicios que supone suministrará el proyecto, y porque aporta información valiosa para la decisión final de invertir o no en un proyecto de inversión. Sin lugar a dudas, el estudio de mercado es vital para cualquier proyecto, ya que a través de él se conoce el medio ambiente en el cual la empresa realizara sus actividades económicas. El estudio de mercado se asimila a los cimientos en las construcciones. Si estos cumplen con las normas de construcción, la probabilidad de daños en la estructura disminuye notablemente.

Consideramos que si la investigación del mercado se realiza profesionalmente será consistente y se podrá obtener información que permitirá disminuir la inseguridad, por lo que la toma de decisiones de invertir o no se hace sobre bases firmes.





**Figura 4-1:** Aspectos de un estudio de mercado

**Fuente:** (Meza, 2014)

**Elaborado por:** Kathy Salazar

Consideramos que cada aspecto del estudio de mercado permite conocer el perfil del comportamiento del cliente objetivo, ayuda a determinar el tamaño actual y futuro del mercado y anticipar las reacciones de la competencia y proveedores identificando posibles elementos que pueden llegar a transformar radicalmente el sector.

#### *1.3.1.2. Métodos para el estudio de mercado*

(Meza, 2018) Manifiesta que la manera de integrar un estudio de mercado puede hacerse con distintos medios documentales.

- Por una parte, es necesario recopilar información existente sobre el tema, desde el punto de vista del mercado. A esto se le llama información de fuentes secundarias y proviene, generalmente de instituciones abocadas a recopilar documentos, datos e información sobre cada uno de los sectores de su interés. Las Cámaras Industriales o de Comercio de cada ramo son las que reciben información directa de sus agremiados y publican informes y estadísticas sobre los sectores productivos de su competencia.
- Por otra parte, la información primaria es aquella investigada precisamente por el interesado o por personal contratado por él, y se obtiene mediante entrevistas o encuestas a los clientes potenciales o existentes o bien a través de la facturación, para los negocios ya en operación, con el fin de detectar algunos rasgos de interés para una investigación específica. A través de un ordenamiento de preguntas debidamente encauzadas con el fin de abarcar una visión clara de algunos puntos precisos de su interés, se recibe una

respuesta concreta sobre determinados temas que ayuden a conocer ciertas características indispensables de los bienes o servicios por vender.

Con la combinación de estos dos medios, es como se conjunta la información necesaria para el procesamiento, análisis de los datos recabados y con ello elaborar un estudio de mercado.

### **Tipos de mercado**

Vamos a distinguir entre varios tipos de mercado según (Castro, 2017)

- Mercados de competencia perfecta
- Mercados de competencia imperfecta

#### **Mercados de competencia perfecta**

Es una representación idealizada de los mercados de bienes y servicios, en los que la interacción de la oferta y la demanda determinan el precio. Para que este proceso actúe correctamente se deben cumplir las siguientes condiciones:

1. Existencia de un gran número de compradores y vendedores
2. Los bienes son homogéneos
3. Tanto los compradores como los vendedores tienen un conocimiento pleno del precio del mercado
4. Hay libre movilidad de los recursos productivos

#### **Mercados de competencia imperfecta**

Una industria es de competencia imperfecta cuando las empresas oferentes influyen en el precio del producto. Ya no actúan como precio aceptante (competencia perfecta), ya que tienen capacidad para imponer los precios.

El caso más extremo de la competencia imperfecta es el Monopolio, que puede darse en la demanda, un solo comprador, o en la oferta, un solo vendedor.

De todas formas, el tipo de monopolio más frecuente es el monopolio de oferta. Por ello, se emplea la expresión monopolio cuando nos referimos a una actividad productiva y comercial en la que hay un solo oferente. De esta forma el monopolio fija el precio del bien, aunque la mayoría de veces está limitada por una regulación del estado (Castro, 2017, p.46).

## **Capacidad instalada**

La capacidad instalada es el rendimiento máximo que se puede producir en una planta de producción o empresa en un período dado, usando los recursos que se tienen disponibles en un momento determinado. Es un aspecto importante del sistema de producción; se trata de una medida de eficiencia que se puede ajustar de tal manera que la producción esté de acuerdo con la demanda (Vargas, 2006, p.67).

Si la demanda es mayor que la capacidad, entonces no se podrá abastecer al cliente. Por otro lado, si la capacidad es mayor que la demanda, se tendrán muchos trabajadores y máquinas inactivos, lo que tampoco es bueno (Baca , 2001, p.34).

(Vargas, 2006) menciona que comprender la capacidad instalada permite a una compañía tener un estimado del futuro rendimiento financiero y establecer un cronograma para la entrega de productos. Algunas compañías que no tienen optimizada la cadena de suministro como una estrategia comercial central, ignoran medir la capacidad asumiendo que sus instalaciones tienen suficiente capacidad, pero que a menudo no es el caso.

Los programas de software para la planificación de recursos empresariales (ERP) y los sistemas de gestión de almacenes calculan el rendimiento basado en fórmulas que dependen de la capacidad.

## **Demanda**

“La demanda es la acción que ejercen los compradores o consumidores que buscan satisfacer sus necesidades a través de la adquisición de bienes y servicios en el mercado”. (Herrera, 2015, p.23)

Económicamente, la demanda es una función que relaciona dos variables: precio y cantidad de un bien predeterminado. La relación que existe entre precio y cantidad es inversa y esto hace que la pendiente de la función sea negativa o tenga, casi siempre, tendencia descendente. (Pindyck & Rubinfeld, 2010, p.34)

La demanda, es la cantidad de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer la exteriorización de sus necesidades y deseos específicos.

Además, está condicionada por los recursos disponibles del consumidor o usuario, precio del producto, gustos y preferencias de los clientes, estímulos de marketing recibidos, área geográfica y disponibilidad de productos por parte de la competencia, entre otros factores.

Dimensión del mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuando se dirige a la totalidad del mercado a determinados segmentos o a un individuo en particular.</li> </ul>
Dimensión del producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si se dirige hacia una clase de productos o marca de una empresa. En ambos casos, puede considerarse además, los productos sustitutos, dentro de aquellas situaciones de uso en las que se buscan beneficios similares.</li> </ul>
Dimensión del lugar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigida a un territorio o zona geográfica de mayor o menor extensión (local, regional, nacional o internacional).</li> </ul>
Dimensión de tiempo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A un periodo de tiempo de mayor o menor duración( largo, medio o corto plazo).</li> </ul>
Dimensión del cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A la demanda para el consumo final, que se le denomina demanda primaria, o a la de los bienes y servicios para su incorporación a procesos productivos, que constituye la demanda derivada.</li> </ul>

**Figura 5-1:** La demanda puede hacer referencia a los siguientes aspectos

**Fuente:** (Herrera, 2015)

**Elaborado por:** Kathy Salazar

Consideramos que la demanda se refiere al destino final de los bienes que adquieren los hogares, tiene que ver con lo que los consumidores desean adquirir.

### Determinantes de la cantidad demandada

(Luna, 2016) Menciona que entre los factores que afectan a la demanda de un producto se puede nombrar las más significativas:

- Precio del producto ( $P_x$ ):  $\Delta P_x = \nabla Q_x^d$ ;  $\nabla P_x = \Delta Q_x^d$ ;
- Renta del consumidor (R):  
 Bienes normales  $\Delta R = \Delta Q_x^d$ ;  $\nabla R = \nabla Q_x^d$   
 Bienes inferiores  $\Delta R = \nabla Q_x^d$ ;  $\nabla R = \Delta Q_x^d$
- Los precios de otros bienes relacionados ( $P_y$ ):  
 Bienes sustitutivos:  $\Delta P_y = \Delta Q_x^d$ ;  $\nabla P_y = \nabla Q_x^d$ ;  
 Bienes complementarios:  $\Delta P_y = \nabla Q_x^d$ ;  $\nabla P_y = \Delta Q_x^d$ ;
- Los gustos y preferencias del consumidor
- Expectativas: Precios y rentas futuras esperadas.
- El tamaño del mercado. (p.77)

### Oferta

Se entiende por Oferta la cantidad de un bien que las empresas productoras están dispuestas a producir en una unidad de tiempo. (Hoyo, 2014, p.34)

(Gonzales, 2015, p.32) Define a la oferta como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en funciono de éstos, aquél los adquiera. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total.

(Pindyck & Rubinfeld, 2010)manifiesta que la oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precios, tiempo y lugar, en función de éstos, aquél los adquiera. Menciona que es la cantidad ofrecida es la cantidad de un bien que las empresas pueden y quieren ofrecer a la venta. Se representa por  $Q^s$  y es también un variable flujo, es decir hablaremos de las cantidades que las empresas están dispuestas a ofrecer por períodos de tiempo, es decir, en un día, mes, año, etc. (p.45)

Consideramos que la oferta de mercado de un bien es la cantidad que se estaría dispuesto a vender, en un momento determinado y a un cierto precio.

### **Determinantes de la oferta**

(Atucha & Gualdoni, 2018) Menciona en su libro las siguientes determinantes.

- El precio del bien
- Los precios de los factores de producción
- Los objetivos de las empresas productoras
- La tecnología
- El precio de los bienes relacionados
- Las expectativas / precios.

### **Demanda Insatisfecha**

(Atucha & Gualdoni, 2018)En su informe menciona:

**Demanda no atendida:** Es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta. El proyecto cubrirá una porción o la totalidad de la brecha identificada.

**Demanda atendida:** Es aquella donde se brinda el servicio y/o producto a casi la totalidad del mercado, pero se satisface en forma parcial la necesidad identificada, por lo que también representa una demanda insatisfecha.

Aquí el proyecto debe brindar un nuevo servicio que incorpore esos requerimientos, por lo tanto, la oferta actual del nuevo servicio sería nula.

Para (Luna, 2016) La demanda insatisfecha es aquella que incluye una de las demandas antes mencionadas o su combinación; en este caso, el proyecto cubrirá la demanda no atendida y/o la demanda atendida pero no satisfecha (p.43).



**Figura 6-1:** Cálculo de la demanda insatisfecha

Fuente: (Luna, 2016)

Elaborado por: Kathy Salazar

En términos operativos la comparación de lo que se requiere (demanda) y lo que se está satisfaciendo (oferta) es la demanda insatisfecha, por lo que ambas deben estar expresadas en las mismas unidades. El proyecto con sus recursos debe cubrir dicha demanda insatisfecha. Por ejemplo, para una biblioteca comunal, la demanda del componente material bibliográfico estaría representada por la cantidad de textos, la oferta sería cero si no existen dichos materiales, por lo que la demanda insatisfecha sería igual a la demanda.

### **Procedimiento para la determinación de la demanda insatisfecha**

#### **Demanda**

(Castro, 2017) Dice que para determinar la demanda futura de un servicio es importante diferenciar dos conceptos:

**Demanda normal:** es la demanda futura que el servicio tendrá sin la intervención del proyecto (demanda sin proyecto), para ello se considera las variables de la información histórica y otras complementarias.

**Demanda generada:** es la demanda generada por la intervención del proyecto (demanda con proyecto), para ello se considera variables adicionales que reflejen el incentivo por el uso de un servicio diferente.

Por tanto, la demanda futura de un proyecto incluye la demanda normal y la demanda generada.

**Demanda Futura = Demanda normal + Demanda generada**

## **Oferta**

**Oferta optimizada:** es la capacidad de servicio resultado de mejoras en términos de optimización de la situación actual (oferta sin proyecto). En algunos casos se presenta la oferta con proyecto, la cual no tiene sentido, porque lo que se desea demostrar es existencia de una demanda insatisfecha y el proyecto tiene que cubrir la misma, caso contrario se presentará fraccionamiento. (Castro, 2017)

**Demanda Insatisfecha = Demanda futura + Oferta optimizada**

### ***1.3.2. Estudio técnico***

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Domínguez, Domínguez, & Domínguez, 2015, p.67)

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (Gómez, 2013, p.125)

En síntesis, el fin del estudio técnico es llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. De la selección de la función óptima se derivarán las necesidades de equipos y maquinarias que, junto con la información relacionada con el proceso de producción, permitirán cuantificar el costo de operación. (p.128)

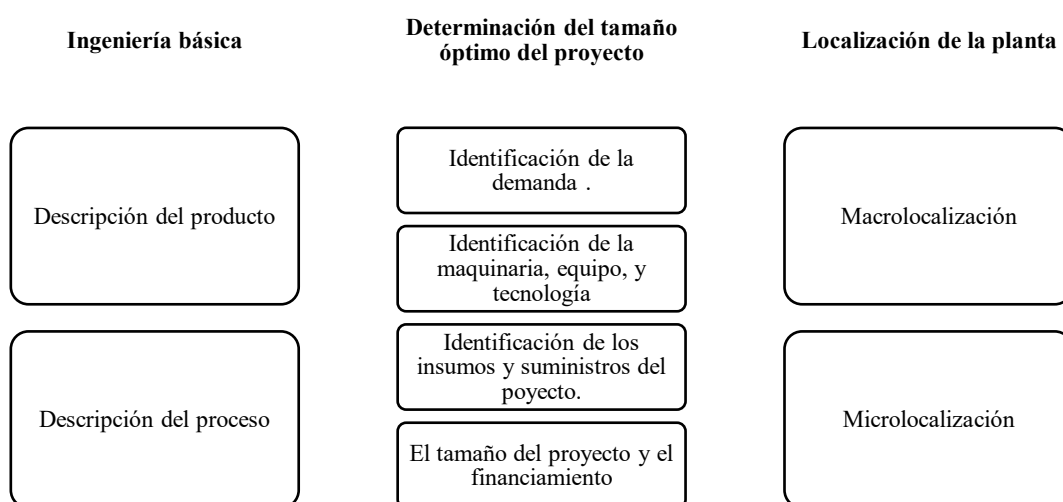
#### ***1.3.2.1. Objetivos del estudio técnico***

Para (Meza, 2014) los objetivos son parte fundamental del estudio técnico por lo cual deben ser claros y precisos, a continuación, se muestran los siguientes:

- Verificar si el producto o servicio a ofrecerse puede llevar a cabo; si se cuenta con la materia prima adecuada, los equipos y herramientas necesarias e instalaciones óptimas para su producción.

Por lo que el estudio debe contener:

- Ingeniería básica: Descripción detallada del producto, incluyendo sus especificaciones, así como la descripción del proceso de manufacturación.
- Determinación del tamaño de la planta tomando en cuenta la demanda, la materia prima requerida, la maquinaria y equipo de producción, la capacidad instalada, incluyendo especificaciones de origen, cotizaciones, fechas de entrega y formas de pago.
- Localización de la planta, incluyendo un estudio de la macro y micro localización para identificar las ventajas y desventajas del mismo.
- Diseño de la distribución de la planta
- Estimación de los costos de construcción de los edificios y mejoras al terreno
- Estimación de los costos en los que se incurrirá para llevar a cabo la habilitación de la producción o comercialización del producto.



**Figura 7-1:** Componentes de un estudio técnico

Fuente: (Meza, 2014)

Elaborado por: Kathy Salazar

### 1.3.3. Estudio organizativo

El estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades y definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación. (Manene, 2015, p.23)

En síntesis, el estudio organizacional establece la estructura organizacional administrativa óptima y los planes de trabajo administrativos con la cual funcionará el proyecto una vez se pongan en funcionamiento.



#### *1.3.3.1. Objetivos del estudio organizacional*

Específicamente, el objetivo del estudio organizacional es determinar la Estructura Organizacional Administrativa óptima y los planes de trabajo administrativos con la cual operara el proyecto una vez este se ponga en funcionamiento. Del estudio anterior, se deben determinar los requerimientos de recursos humanos, de locación, muebles y enseres, equipos, tecnología y financieros para atender los procesos administrativos (Fernandez, 2015, p.78)

Consideramos que en este estudio podemos identificar el recurso humano necesario para iniciar con el proyecto, debe ser personal con altos conocimientos en el área que se va a desenvolver para optimizar gastos y alcanzar los objetivos institucionales.

#### *1.3.3.2. Proceso para el estudio organizacional*

(Moyano, 2015) Manifiesta que para el diseño de la estructura organizacional se siguen los siguientes pasos:

1. Defina los objetivos generales de la empresa; debe existir concordancia entre la estructura organizacional y los objetivos.
2. Elabore un listado de actividades administrativas necesarias para el logro de los objetivos.
3. Defina cuál de estas actividades se subcontratará y cuales se harán de manera directa.
4. Para las actividades que se atenderán directamente, agrupe las tareas y actividades relacionadas o afines en subsistemas.
5. Identificar las funciones específicas que debe cumplir cada subsistema.
6. Identificar las necesidades de Recurso Humano de cada subsistema.
7. Expresar los subsistemas en unidades administrativas o grupos de trabajo.
8. Asignar funciones y definir cargos para cada unidad administrativa o grupo de trabajo.
9. Elaboración del Organigrama.
10. Descripción de las funciones de cada cargo.

El diseño de la estructura organizacional depende de criterios y principios administrativos los cuales no son generalizables a todos los proyectos.

Los principios administrativos de la división del trabajo, unidad de mando, tramo de control, la departamentalización, y la delegación de funciones deben aplicarse al momento de definir la estructura; además se deben tener en cuenta factores particulares de cada proyecto, como: las relaciones con Clientes y Proveedores, cuantificaciones de las operaciones; el tipo de tecnología administrativa que se quiere adoptar; la logística necesaria particular de cada proyecto; la

externalización de algunas tareas (Contabilidad, cartera, ventas, etc.) y la complejidad de las tareas administrativas propias del negocio. (Fontaine, 2013,p.67)

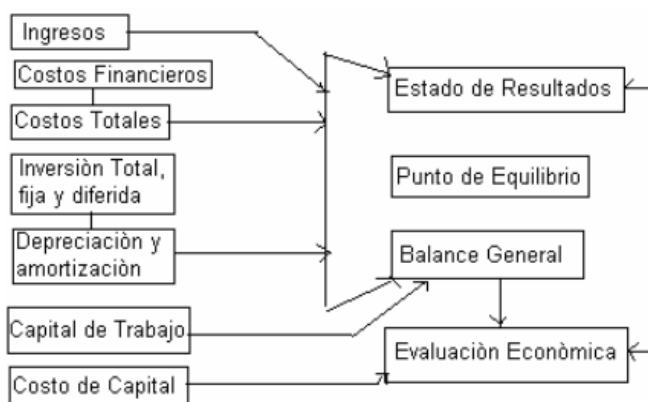
#### 1.3.4. Estudio económico

Para (Reyes , 2013) en su libro comenta

El objetivo principal de un estudio económico es concluir con un plan financiero para su negocio y determinar si es rentable económicamente o no. Deberá de determinar a detalle la inversión inicial requerida. Además de cuantificar la inversión debe definir cómo se va a financiar, es decir cuáles serán las fuentes de financiamiento (capital propio, inversionistas, préstamos bancarios etc.) y con qué monto va a participar cada parte. La inversión inicial requerida antes de la puesta en marcha puede agruparse en: activos fijos, capital de trabajo, y gastos operativos. (p.112)

Por otra parte, debemos de determinar el capital de trabajo; el cual es el dinero que se requiere para comenzar a producir. La inversión en capital de trabajo es una inversión en activos corrientes (efectivo inicial, inventario y cuentas por cobrar), este capital de trabajo es el que permite operar durante un ciclo productivo (generalmente de 3 meses), dicha inversión debe garantizar la disponibilidad de recursos para la compra de materia prima y para cubrir costos de operación durante el tiempo requerido para la recuperación del efectivo.

El objetivo del estudio económico es determinar cuál será el monto de los necesario para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta y otros indicadores útiles para realizar este estudio. (Domínguez, Domínguez, & Domínguez, 2015)



**Figura 8-1:** Estructura del Análisis Económico

**Fuente:** (Domínguez, Domínguez, & Domínguez, 2015)

**Elaborado por:** Kathy Salazar

En el documento titulado viabilidad económica – financiera de un proyecto empresarial de base tecnológica realizado en (USC, 2015) clasifica lo siguiente:

#### *1.3.4.1. Inversión requerida*

(Fontaine, 2013)manifiesta que la inversión requerida antes de la puesta en marcha puede agruparse en: capital de trabajo, activos fijos y gastos pre operativos.

- Capital de trabajo: Es el dinero que se requiere para comenzar a producir. La inversión en capital de trabajo es una inversión en activos corrientes: efectivo inicial, inventario, cuentas por cobrar e inventario, que permita operar durante un ciclo productivo, dicha inversión debe garantizar la disponibilidad de recursos para la compra de materia prima y para cubrir costos de operación durante el tiempo requerido para la recuperación del efectivo (Ciclo de efectivo: Producir-vender-recuperar cartera), de modo que se puedan invertir nuevamente.

El efectivo inicial requerido puede determinarse a través del estudio de mercado, identificando como pagan los clientes, como cobran los proveedores, y estableciendo las ventas mensuales esperadas.

- Activos fijos: consta de la inversión en activos como: maquinaria y equipo, muebles, vehículos, edificios y terrenos, etc.
- Gastos pre operativos: estas inversiones son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, de los cuales, los principales rubros son los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, las capacitaciones y los imprevistos (p.65)

#### **Estimación de flujos de caja por periodo**

(Pacheco & Pérez, 2016) Comenta que para la estimación de flujos de caja se requiere de la siguiente información:

- Vida útil del proyecto
- Ingresos y egresos
- Depreciación
- Inversión adicional del proyecto.

Igualmente deben determinarse las necesidades de financiamiento y la disponibilidad de crédito, la determinación de la tasa mínima de rendimiento para cada monto aportado (Aportes propios, financiamiento, inversionistas).

En la evaluación se tienen en cuenta: la rentabilidad y el riesgo del proyecto, así como los aspectos cualitativos. (p.67)

## **Estados financieros**

(Castro, 2017) habla de 5 estados financieros, sin embargo, en el curso se trabajarán los 2 primeros.

- Balance general
- Estado de pérdidas y ganancias PYG
- Estado de fuentes y aplicación de fondos EFAF
- Estado de utilidades retenidas
- Estado patrimonial

### **Balance general**

$$\text{ACTIVOS} = \text{PASIVOS} + \text{PATRIMONIO}$$

El balance general es un estado financiero que refleja el estado de una empresa en una fecha específica (Ej.: Balance general 31 diciembre de 2015). Es una “foto” de la compañía en esa fecha, el balance será diferente para otra fecha. Este estado financiero es estático y no me garantiza una visualización de cómo será el futuro.

El balance general muestra la distribución de los activos, la estructura del negocio, es decir si se basa en activos fijos o en activos corrientes. El balance general es un reflejo de las decisiones que tome la dirección en cuanto a:

### **Inversión requerida:**

- Capital de trabajo
- Activos fijos
- Activos corrientes
- Gastos preoperativos

### **Créditos**

Los créditos se asocian a los pasivos, pueden adquirirse con la banca, con proveedores, en bonos, con hipotecas, etc.

## **Patrimonio**

Las decisiones de patrimonio están determinadas por el tipo de sociedad conformada. Cuando se alcanzan utilidades en el periodo debe determinarse como y cuanto se va a distribuir. Ej.: las utilidades en una sociedad anónima se pueden distribuir mediante asamblea, presentando una propuesta. También pueden guardarse las utilidades y no repartirse nada para crear un fondo de expansión, o pueden distribuirse dividendos a través de más acciones.

## **Pérdidas**

En un negocio, principalmente en los primeros periodos, no siempre se presentan utilidades y pueden generarse pérdidas. Se requieren entonces políticas para compensar las pérdidas Ej.: con utilidades de periodos futuros o capitalizar la empresa.

Es muy importante definir estos aspectos cuando se está emprendiendo. Incluso cuando un negocio ya está funcionando estas políticas se evalúan y se toman decisiones.

## **Estado de pérdidas y ganancias o estado de resultados**

El balance general es diferente al estado de pérdidas y ganancias. El segundo contiene un rango de tiempo, es el resultado o la “foto” de un periodo específico. El estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero que muestra la situación de la empresa en términos de ingresos y egresos durante un periodo definido (Ej.: PYG de enero 1 a diciembre 31 de 2015). (Castro, 2017, p.67)

A continuación, se describen los elementos del PYG

**Ingresos:** Los ingresos de un negocio provienen de las ventas estas pueden agruparse en: nacionales, internacionales, crédito y contado.

Las ventas nacionales e internacionales se separan porque generalmente requieren nacionalizar las monedas (pueden venir en Euros o Dólares), por lo tanto, se requieren cuentas diferentes.

Las ventas de crédito y contado se separan para llevar recorridos de las carteras.

**Egresos:** Los egresos deben diferenciarse en costos y gastos. Los costos se refieren a un desembolso de dinero del que se espera obtener un beneficio, el gasto es un desembolso cuyo beneficio ya se obtuvo. Según el destino de los egresos también pueden clasificarse en:

1. **CMV:** Costo de la mercancía vendida. Incluye todos los costos que están involucrados en la producción. Está conformada por MOD (mano de obra directa), Materiales directos y CIF (costos indirectos de fabricación).

**2. Gastos de administración y ventas:** no están directamente relacionados con la producción, tienen que ver con la administración del negocio: ventas, secretarías, papelería, salarios de gerentes, etc.

**3. Gastos de depreciación:** es un gasto que permite el gobierno que genera un beneficio tributario y se justifica en el desgaste de los activos fijos depreciables. Realmente no representa un desembolso de dinero. Con este gasto se disminuye el monto de los impuestos lo que le permite a la empresa ahorrar para reponer el activo después de que se ha desgastado, el problema es que normalmente este ahorro no se hace y se gasta el dinero en otras actividades.

► Activos depreciables: Edificios → 20 años

Maquinaria y equipos → 10 años

Vehículos → 5 años

Muebles y enseres → 10 años

Computadores → 3 años

► Activos no depreciables: Terrenos, excepto sin minas para explotación, entonces no se hable de depreciación, sino de agotamiento.

► Métodos de depreciación: Línea Recta

**4. Gastos de amortización de diferidos:** se refiere a desembolsos que no constituyen ni capital de trabajo, ni activos fijos, pero son indispensables para arrancar con el negocio; por ejemplo gastos de investigación, gastos de arranque, adecuaciones, etc. El gobierno permite “recuperar “un beneficio por estas inversiones con la amortización, así estos gastos no se cargan todos al periodo en que se causan, sino que se van amortizando en un periodo de tiempo mínimo 5 años dependiendo de la duración del proyecto. Así el costo de la inversión se divide en el número de años a amortizar y se carga cada año a los costos del periodo, obteniendo una reducción en el monto de los impuestos. (Castro, 2017, p.67)

**5. Gastos financieros:** se refieren a los intereses de la financiación. Este es un elemento clave en la evolución del proyecto y de la gerencia. Estos gastos dependen de las decisiones que tome la administración: cuánto y cómo financiar, a veces las pérdidas en los negocios no son propias de la operación del mismo sino de la financiación. “algunos negocios son muy buenos pero se financian mal”. (Castro, 2017, p.67)

6. **Impuestos:** corresponden al desembolso por pago de impuestos, este monto se calcula sobre la utilidad antes de impuestos. (Castro, 2017, p.67)
7. **Otros ingresos/egresos no operacionales:** se refiere a los ingresos y egresos generados por actividades diferentes a las propias del negocio. (Castro, 2017, p.67)
8. **Utilidades:** Dentro del PYG se calculan diferentes utilidades y cada una tiene un significado y un análisis diferente:

Utilidad bruta: Es la utilidad que queda de las ventas después de cubrir los costos de producción. (Castro, 2017, p.67)

Utilidad operativa antes de impuestos: Es la utilidad que queda de la operación del negocio, permite saber si el negocio como tal es rentable. (Castro, 2017, p.67)

Utilidad antes de impuestos: Es la utilidad operativa más la utilidad que queda de otras actividades que no son propias del negocio. Esta es la que se emplea para el cálculo del monto de los impuestos del periodo y puede tener un signo diferente al de la utilidad operativa, es decir un negocio puede dar utilidad operativa negativa y al mismo tiempo dar utilidad antes de impuestos positiva y viceversa. (Castro, 2017, p.67)

Utilidad neta: Es la utilidad de la empresa después de deducir todos los egresos, incluyendo los impuestos. Estas pueden destinarse para diferentes fines para distribuirse entre los socios, para pago de pasivos o para capitalizar la empresa. (Castro, 2017, p.67)

**Tabla 1-1:** Estructura del PYG

+	VENTAS
-	Cmv
=	<b>UTILIDAD BRUTA</b>
-	Gastos de administración y ventas
-	Gastos de depreciación
-	Gastos de amortización de diferidos
=	<b>UTILIDAD OPERATIVA ANTES DE IMPUESTOS</b>
+	Otros ingresos no operacionales
-	Otros egresos no operacionales
-	Gastos financieros
=	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>
-	Impuestos
=	<b>UTILIDA NETA</b>

Fuente: (Castro, 2017, p.67)

Elaborado por: Kathy Salazar

### Flujo de caja del proyecto.

A continuación, se muestra el esquema de trabajo para presentar el flujo de caja de los proyectos:

**Tabla 2-1:** Flujo de caja estructura

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO				
		0	1	2
+	VENTAS			
-	Costos Variables			
=	<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>			
-	Costos Fijos			
-	Depreciación			
-	Amortización de diferidos			
=	<b>UTILIDAD OPERATIVA ANTES DE IMPUESTOS</b>			
-	Provisión impuestos			
=	<b>UTILIDAD OPERATIVA DESPUÉS DE IMPUESTOS</b>			
+	Depreciación			
+	Amortización de diferidos			
-	Inversión adicional Capital de Trabajo			
+	Valor liquidación capital de trabajo			
+	Valor de desecho activos fijos			
=	<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>			

Fuente: (Castro, 2017, p.67)

Elaborado por: Kathy Salazar

#### 1.3.4.2. Evaluación económica

Para (Fernandez, 2015) las técnicas de evaluación de proyecto más utilizadas son:

Para evaluar si nuestro proyecto de inversión es rentable o no, podemos utilizar las siguientes técnicas:

#### Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto (V.A.N.) consiste en llevar el flujo futuro de fondos a términos de moneda del momento inicial. Esto se consigue por medio de la aplicación a cada uno de los valores del flujo de fondos del coeficiente surgido de la fórmula de actualización, y sumando luego algebraicamente los resultados

El VAN es un método de valoración de inversiones en la que partimos de la rentabilidad mínima que queremos obtener (i). Con esta rentabilidad mínima calcularemos el valor actualizado de los flujos de caja (diferencia entre cobros y pagos) de la operación. Si es mayor que el desembolso inicial la inversión es aceptable. (Fernandez, 2015, p.82)



### **Fórmula de VAN**

$F_t$  son los flujos de dinero en cada periodo  $t$

$I_0$  es la inversión realiza en el momento inicial ( $t = 0$ )

$n$  es el número de periodos de tiempo

$k$  es el tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

La inversión se considera aceptable cuando su VAN es mayor que cero. Si el VAN es mejor que cero la inversión sería rechazada. A demás daremos preferencia a aquellas inversiones cuyo VAN sea más elevado.

### **Tasa Interna de Rentabilidad (TIR)**

Tasa interna de retorno (TIR) se define como la verdadera tasa a la cual una inversión es recuperada por los ingresos generados por un proyecto. Operativamente, consiste en llevar a 0 la suma del flujo futuro de fondos. (Fernandez, 2015, p.84)

Es aquella tasa a la cual los ingresos incrementales que se esperan de un proyecto tienen un valor descontado exactamente igual al valor descontado de todos los egresos de fondos incrementales en que hay que incurrir para encarar un determinado proyecto.

### **Fórmula del TIR**

$F_n$  = representa a cada valor del flujo futuro de fondos

$i$  = corresponde a la tasa de interés de descuento

$n$  = representa los periodos correspondientes al flujo de fondos

$$TIR = \sum_{t=0}^n \frac{F_t}{(1+i)^t} = 0$$

### **Relación Beneficio/ Costo**

(Sapag, 2010) menciona que la relación beneficio/costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA) a menudo también conocida como tasa de actualización o tasa de evaluación.

Los beneficios actualizados son todos los ingresos actualizados del proyecto, aquí, tienen que ser considerados desde ventas hasta recuperaciones y todo tipo de entradas de dinero; y los costos actualizados son todos los egresos actualizados o salidas del proyecto desde costo de operación, inversiones, pago de impuestos, depreciaciones, pagos de créditos, intereses, etc. De cada uno de los años del proyecto. Su cálculo es simple, se divide la suma de los beneficios actualizados de todos los años entre la suma de los costos actualizados de todos los años del proyecto.

### **Criterio de decisión**

De acuerdo con este criterio, la inversión es un proyecto productivo aceptable si el valor de la relación beneficios/costos es mayor o igual que 1.0. Al obtener igual a 1.0 significa que la inversión inicial se recuperó satisfactoriamente después de haber sido evaluado a una tasa determinada, y quiere decir que el proyecto es viable, si es menor a 1 no presenta rentabilidad, ya que la inversión del proyecto jamás se pudo recuperar en el periodo establecido evaluado a una tasa determinada; en cambio si el proyecto es mayor a 1.0 significa que además de recuperar la inversión y haber cubierto la tasa de rendimiento se obtuvo una ganancia extra, un excedente en dinero después de cierto tiempo del proyecto.

### **Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)**

(Ketelhohn, Marín, & Montiel, 2013) manifiestan que el período o plazo de recuperación de una inversión es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial del proyecto. Cuando los flujos netos de efectivo generados por el proyecto son iguales en cada período, el período de recuperación puede determinarse con la siguiente relación:

$$\text{Periodo de recuperación (PR)} = \frac{I}{R}$$

Dónde:

I: Inversión Inicial

R= Flujo neto de efectivo anual

Cuando los flujos netos de efectivo no son iguales, el período de recuperación se calcula acumulando los flujos de efectivo sucesivos hasta que su suma sea igual a la inversión inicial. Cuando además de los desembolsos iniciales de inversión existen flujos netos negativos en los primeros años de la vida de un proyecto, el período de recuperación se determina por el tiempo que tarda en recuperarse o amortizarse la suma total de flujos negativos, incluyendo los desembolsos tanto por inversiones como por resultados de operación. Es necesario reconocer que el período de recuperación es un criterio sencillo que ha sido ampliamente utilizado en el pasado incluso por empresas grandes en países desarrollados. Según este método, las mejores inversiones son aquellas que tienen un plazo de recuperación más corto. Dicho método está inspirado en una política de liquidez acentuada, más que en la determinación del rendimiento de una inversión. (Ketelhohn et al., 2013: p.78)

### **Análisis de sensibilidad**

Para (Duque, 2018) manifiesta que:

En el momento en el cual se deben tomar decisiones sobre qué herramienta financiera se debe invertir los ahorros, es primordial conocer los distintos métodos para obtener el valor del grado de riesgo que representa una inversión. Existe un análisis muy frecuente en la administración financiera, llamado análisis de sensibilidad; el cual permite visualizar inmediatamente las ventajas y desventajas económicas que posee algún proyecto. (p.35)

El análisis de sensibilidad es un método aplicable de igual manera a las inversiones que no sean productos de instituciones financieras (por ejemplo, los bancos), por lo que también se puede usar para casos en que un familiar, amigo o compañero nos ofrezca una opción de inversión para un negocio o proyecto en específico. El análisis de sensibilidad de un proyecto es una herramienta simple de aplicar y puede proporcionarnos información básica para que se tome una decisión acorde al riesgo que se prefiera asumir. ( Barreno, 2008, p.56)

El análisis de sensibilidad es un término usado frecuentemente en las empresas para realizar una toma de decisiones acertadas acerca de la inversión de sus capitales, este análisis consiste en el cálculo de los nuevos flujos de caja y el VAN (valor actual neto, indicador para la viabilidad de un proyecto) en proyectos, negocios y otro. Cuando se hace un cambio en la variable (a la inversión inicial, ingresos, tasas de crecimiento, etc.) y obteniendo gracias a esto nuevos flujos de caja y un valor nuevo del VAN, se podrá hacer el cálculo de la sensibilidad y mejorar las estimaciones del proyecto que vaya a realizarse. En caso de que las variables cambien o haya errores en ellas (cuestión de apreciación de la persona que realice el análisis), se debe repetir el proceso utilizando los valores originales (antes del cambio de variable).

#### *1.3.4.3. Evaluación ambiental*

La evaluación de impacto ambiental es el conjunto de estudios y análisis técnicos que permiten valorar los efectos que la ejecución de un determinado proyecto puede causar sobre el medio ambiente. En el caso de las infraestructuras, estos efectos suelen afectar extensas partes de un territorio que tenía usos diferentes. (Pacheco & Pérez, 2016)

(Pascual , 2017) menciona que esta técnica introduce la variable ambiental en la toma de decisiones sobre los proyectos con una incidencia importante en el medio ambiente y se ha manifestado como la forma más eficaz para evitar las agresiones contra la naturaleza. Proporciona mayor fiabilidad y confianza de cara a las decisiones que deban adoptarse, ya que permite elegir, entre las diferentes alternativas posibles, la que salvaguarde mejor los intereses generales desde una perspectiva global e integrada y teniendo en cuenta todos los efectos derivados de la actividad proyectada.

#### **Acciones para reducir el impacto ambiental empresarial**

(Pascual , 2017) plantea acciones para reducir el impacto ambiental y contribuir con el ecosistema.

1. **Usa eficientemente la energía.** Realiza auditorías energéticas de tus procesos e instalaciones, te ayudará a saber si estás utilizando las mejores técnicas disponibles. Revisa periódicamente tus consumos y los aislamientos térmicos en equipos de frío y calor.
2. **Gestiona el agua de forma responsable.** Es importante realizar un control periódico de tus consumos y aplica las mejores técnicas disponibles. Piensa cómo puedes reducir el consumo o reutiliza algunas corrientes de agua de la instalación.
3. **Busca nuevas oportunidades para valorizar tus residuos.** Por ejemplo, la producción de biogás o biomasa, la transformación en enmiendas o fertilizantes, la extracción de productos o sustancias de valor.
4. **Optimiza los envases de tus productos.** Realiza un plan de prevención de envases específico. Utiliza nuevos materiales más biodegradables.
5. Calcula la huella ambiental de tu actividad e identifica objetivos de mejora.
6. Mejora la gestión de los materiales y residuos peligrosos.
7. Sensibiliza y ofrece formación ambiental a los trabajadores.
8. **Reduce el volumen y carga contaminante de los vertidos de agua residual.** Aplica técnicas para reducir la contaminación en origen. Selecciona la instalación de depuración más adecuada optimizando su gestión y mantenimiento.

9. **Mejora los procesos de diseño de nuevos productos.** Mejora la competitividad de tu empresa considerando el factor ambiental y elabora productos más sostenibles. Potencia el ecodiseño.
10. **Toma en consideración el medio ambiente y haz que sea una parte importante de la gestión de tu empresa.** Implanta sistemas de gestión medioambiental y responsabilidad social empresarial.

#### *1.3.4.4. Evaluación social*

La evaluación de los impactos sociales permite identificar los posibles impactos negativos de un proyecto para anticiparlos, mitigar sus efectos y maximizar sus impactos positivos. Iniciando un proceso participativo, el estudio de impacto permite elaborar soluciones que respetan las obligaciones legales y consideran las especificidades locales. El estudio de impacto social es, por lo tanto, una herramienta operativa a partir de la cual se pueden definir estrategias de desarrollo sostenible e inclusivo en las áreas de influencia de los proyectos (Ayuso 2017, p.56).

#### **Importancia**

Realizar un estudio de impacto social es dotarse de una herramienta valiosa para la gestión de la gobernanza local del proyecto y la relación comunitaria. A partir del análisis de las percepciones (inquietudes y expectativas) de las comunidades y de la evaluación de los impactos socio-económicos, el estudio desemboca sobre la formulación de soluciones pragmáticas, adaptadas al contexto local y organizadas por medio de un plan de gestión (Enciclopedia de Características, 2017)

#### **Beneficios**

Los compromisos de la responsabilidad social empresarial resultan muy productivos para los negocios, puesto que dan prestigio, valor a la marca y constituye un diferenciador importante en el mercado. Los estudios sobre marketing muestran que los consumidores se preocupan por cuestiones éticas y la aplicación de medidas ligadas a las mejoras laborales.

La RSE consolida una sostenibilidad a largo plazo, se disminuyen las contingencias, los consumidores suelen ser más leales hacia aquellas empresas con preocupaciones sociales y cuya contratación tiende a estar orientada a la permanencia, rasgo que hace que los empleados valoren más su trabajo. (Ayuso , 2017)

#### **1.4. Idea A Defender**

Elaborar un proyecto de inversión determinará la factibilidad técnica y financiera en la creación de una sucursal de la empresa Gran Feria de Carnes “Don Sebitas” Salcedo, Cotopaxi 2019

#### **1.5. Variables**

##### ***1.5.1. Independientes***

Proyecto de inversión

##### ***1.5.2. Dependientes***

Factibilidad técnica y financiera

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1. Modalidad De La Investigación

##### 2.1.1. *Cuantitativa*

Cuando hablamos de una investigación cuantitativa damos por aludido al ámbito estadístico, es en esto en lo que se fundamenta dicho enfoque, en analizar una realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y análisis estadísticos para determinar predicciones o patrones de comportamiento del fenómeno o problema planteado. (Sampieri, 2014)

Esta modalidad la aplicamos al momento de medir y estimar la magnitud del problema de investigación, se aplica al definir la población en estudio y su respectiva muestra, también al recolectar datos obtenidos mediante la encuesta y al analizarlos con métodos estadísticos y por último al momento de efectuar la revisión literaria donde se sustenta las variables con cifras y valores que aportan al desarrollo del proyecto.

##### 2.1.2. *Cualitativa*

El enfoque cualitativo lo que nos modela es un proceso inductivo contextualizado en un ambiente natural, esto se debe a que en la recolección de datos se establece una estrecha relación entre los participantes de la investigación sustrayendo sus experiencias e ideologías en detrimento del empleo de un instrumento de medición predeterminado. En este enfoque las variables no se definen con la finalidad de manipularse experimentalmente, y esto nos indica que se analiza una realidad subjetiva además de tener una investigación sin potencial de réplica y sin fundamentos estadísticos. (Sampieri, 2014),

Este enfoque se aplica al momento de identificar las necesidades de la población en estudio, al desarrollar el marco metodológico de la investigación y la revisión literaria de los diferentes autores para sustentar cada una de las variables identificadas como proyecto de inversión y factibilidad técnica y económica-financiera.

## **2.2. Tipos De Investigación**

### **2.2.1. Descriptivo**

Buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren. Esto es, su objetivo no es como se relacionan éstas. (Sampieri 2014, p.23)

El tipo descriptivo aplicamos al momento de analizar al grupo de pobladores del cantón Salcedo que consumen carne, describiendo sus gustos, preferencias y necesidades con respecto al producto. Se identificará también la aceptabilidad o rechazo de una sucursal de la empresa Gran Feria de Carnes “Don Sebitas” en el cantón.

### **2.2.2. Explicativa**

Van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales, se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste, o por qué dos o más variables están relacionadas.

Este tipo de investigación se aplica al momento de recoger toda la información relacionada con las condiciones higiénicas con que se comercializa la carne para consumo humano en el cantón Salcedo. También se aplicará al justificar la importancia que tiene un plan de inversión en la determinación de la factibilidad técnica y económica financiero para los inversionistas.

### **2.2.3. De campo**

Según el autor (Stracuzzi y Martins. 2006, p.31) la Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta.

Se aplica al momento de aplicar la encuesta a la población del cantón salcedo para identificar la necesidad de implementar una sucursal de la Empresa Gran Feria de Carnes “Don Sebitas” en el cantón.



## 2.3. Población y Muestra

### 2.3.1. Población

La población en estudio será el total de hogares (15.456) con un promedio de 3,76 personas por hogar en el cantón salcedo de acuerdo a datos obtenidos por el INEC.

Se considera también como población en estudio los restaurantes, panaderías, hoteles y tiendas del cantón quienes preparan alimentos con cárnicos siendo un total de 472 establecimientos.

**Tabla 1-2:** Número de hogares en el cantón Salcedo

CÓDIGO	NOMBRE DEL CANTÓN	TOTAL DE PERSONAS	TOTAL DE HOGARES	PROMEDIO DE PERSONAS POR HOGAR
0402	Bolivar	14.346	4.117	3,48
0403	Espejo	13.306	3.697	3,60
0404	Mira	12.149	3.299	3,68
0405	Montufar	30.477	8.223	3,71
0406	San pedro de huaca	7.613	2.003	3,80
0501	Latacunga	168.232	43.042	3,91
0502	La mana	42.099	11.185	3,76
0503	Pangua	21.895	5.579	3,92
0504	Pujili	68.953	16.756	4,12
0505	Salcedo	58.061	15.456	3,76

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: Kathy Salazar

**Tabla 2-2:** Negocios del cantón donde utilizan cárnicos

DETALLE	NÚMERO
Panaderías	9
Restaurantes	245
Hoteles	5
Tiendas	213
<b>Total</b>	<b>472</b>

Fuente: G.A.D Municipal del Cantón Salcedo (Catastro del Impuesto a la Patentes 2018)

Elaborado por: Kathy Salazar

### 2.3.2. Muestra

#### 2.3.2.1. Muestra total de hogares

La muestra es un subconjunto o parte de los elementos de la población que tiene la característica de ser representativa.

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{d^2(N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

De donde:

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha} = 1.96$  al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 50% = 0.5)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.5 = 0.5)
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

Efectuando los cálculos:

$$n = \frac{15456 * (1.96^2) * 0.5 * 0.5}{0.05^2 (15456 - 1) + (1.96^2) * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{14843.94}{39.60} =$$

$$n = 375$$

De acuerdo a la muestra se aplicará 375 encuestas a cada hogar conformado aproximadamente por 3 ,76 personas.

#### 2.3.2.2. Muestra total de negocios

La muestra es un subconjunto o parte de los elementos de la población que tiene la característica de ser representativa.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

De donde:

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha} = 1.96$  al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 50% = 0.5)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.5 = 0.5)
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

Efectuando los cálculos:

$$n = \frac{472 * (1.96^2) * 0.5 * 0.5}{0.05^2(472 - 1) + (1.96^2) * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{453,31}{2,14} =$$

$$n = 212$$

De acuerdo a la muestra se aplicará 212 encuestas a los negocios del cantón.

## 2.4. Métodos, Técnicas E Instrumentos

### 2.4.1. Métodos

**Método Inductivo.** - Este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. El método inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría. (Stracuzzi y Martins. 2006, p.65)

Un proyecto de inversión tiene origen en las necesidades insatisfechas de un grupo de personal que da la posibilidad de crear y proponer soluciones innovadoras para satisfacer las necesidades.

**Método Deductivo.** - Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etc. de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. (Stracuzzi y Martins. 2006, p.73)

Se observa falta de preocupación en los mercados del cantón con respecto a las condiciones higiénicas con que se comercializa la carne para consumo humano por lo que es necesario crear una empresa comercializadora de carne que cumpla las normas de calidad e higiene para su comercialización aportando a la calidad alimenticia de la población.

### 2.4.2. Técnicas

**A. La observación:** No solamente es la más universal si no la más antigua, porque coloca al investigador frente a la realidad de manera inmediata, la captación de lo que acontece en el entorno del investigador es de tipo sensorial, y como tal puede estar sesgada a partir de las limitaciones propias de los sentidos. (Gomez 2012, p.23)

Se aplicará la técnica de la observación para indagar la realidad del cantón Salcedo con respecto a la venta de carne en los distintos establecimientos.

**B. Entrevista:** Es una conversación por lo cual se quiere averiguar datos específicos sobre la información requerida. Incluye la opción de selección previa a quien o quienes se va a realizar. Igualmente, no puede ser aplicada a cualquiera, sino establecer previamente con el entrevistado los objetivos, tiempo y la utilización de tales resultados. (Gomez 2012, p.24)

Se efectúa una entrevista al gerente de la Empresa Gran Feria de Carnes “Don Sebitas” para obtener información necesaria y pertinente que ayude al desarrollo del plan de inversión.

**C. La encuesta o cuestionario:** Tiene la ventaja de formular preguntas a más personas quienes proporcionan información de sus condiciones económicas, familiares, sociales, culturales y Políticas y en los que el anonimato constituye una ventaja porque no puede personalizarse las respuestas. (Gomez 2012, p.25)

El cuestionario se aplica a la población del cantón Salcedo quienes serán los posibles consumidores de carne que pretende comercializar la Empresa Gran Feria de Carnes “Don Sebitas” identificando la demanda insatisfecha, los gustos y preferencias con respecto al producto.

#### **2.4.3. Instrumentos:**

- Se aplica fichas de observación con el fin de identificar la realidad en la venta de carne con respecto a la competencia.

Se desarrolla un cuestionario de diez preguntas cerradas para recolectar información de la población en estudio que contribuya al desarrollo del trabajo de titulación.

## 2.5. Análisis e interpretación de resultados

### 2.5.1. Datos informativos

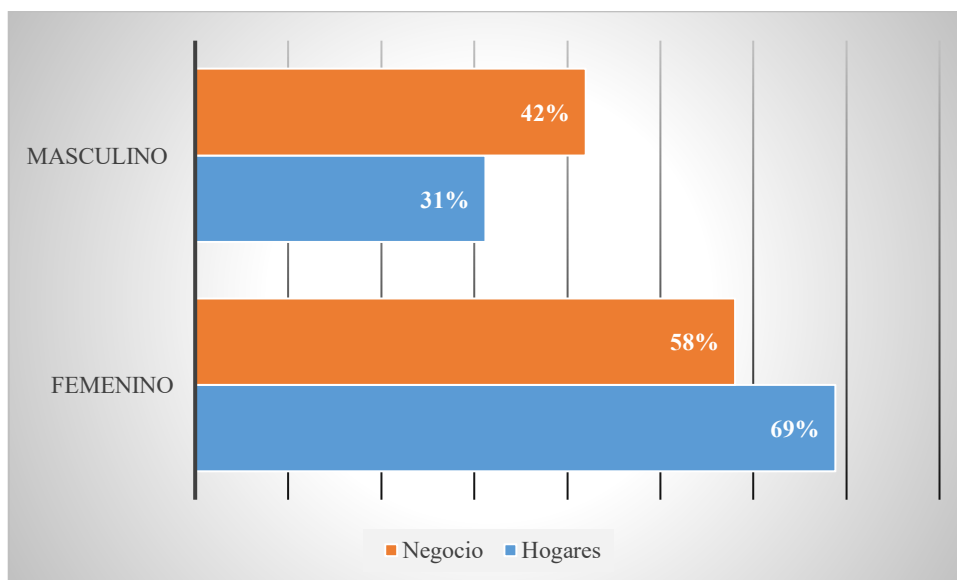
#### 2.5.1.1. Género:

**Tabla 3-2:** Género de los encuestados

DETALLE	HOGARES		NEGOCIO	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	258	69%	123	58%
Masculino	117	31%	89	42%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la población en estudio

**Elaborado por:** Kathy Salazar



**Gráfico 1-2:** Género de los encuestados

**Fuente:** Tabla n°3

**Elaborado por:** Kathy Salazar

**Análisis:** Al encuestar a los representantes de los hogares el 69% son de sexo femenino al igual que el representante de los negocios el 58% de sexo femenino.

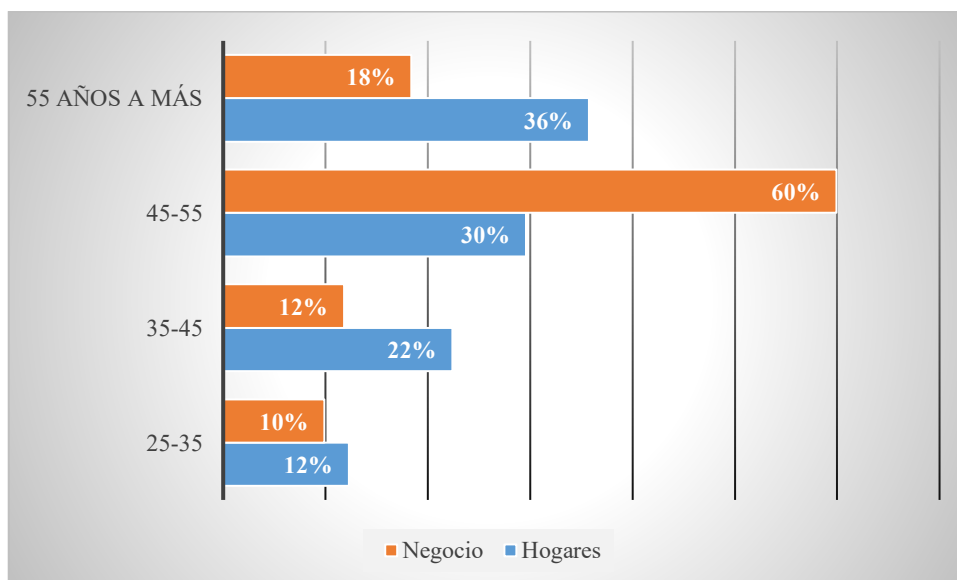
### 2.5.1.2. Edad:

**Tabla 4-2:** Edad de las personas encuestadas

DETALLE	HOGARES		NEGOCIO	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
25-35	46	12%	21	10%
35-45	84	22%	25	12%
45-55	111	30%	127	60%
55 años a más	134	36%	39	18%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la población en estudio

**Elaborado por:** Kathy Salazar



**Gráfico 2-2:** Edad de las personas encuestadas

**Fuente:** Tabla n°4

**Elaborado por:** Kathy Salazar

**Análisis:** El 60% de los encuestados representantes de los negocios tienen una edad aproximada de 45 a 55 años mientras que la persona encuestada representando a los hogares tiene una edad aproximada de 55 años a más.

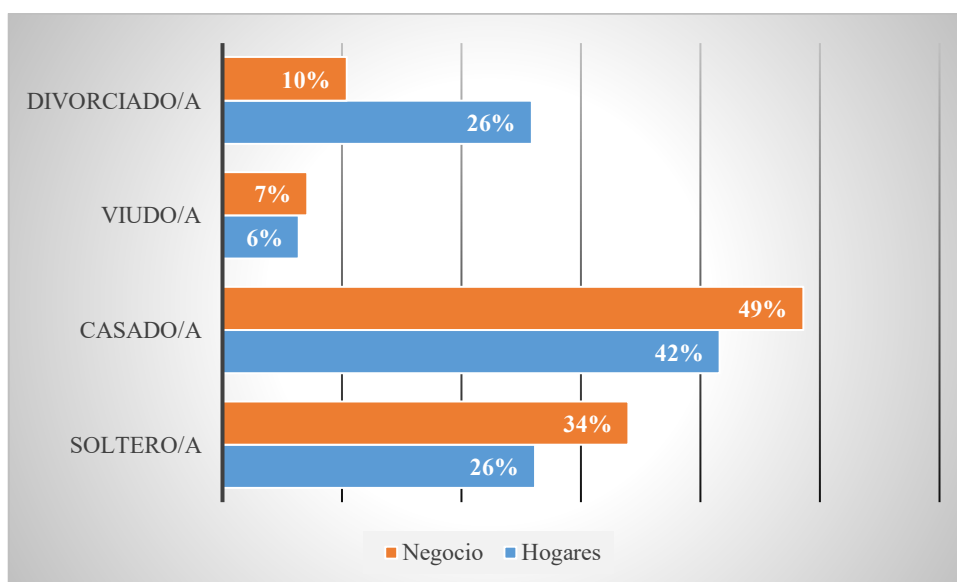
### 2.5.1.3. Estado Civil:

**Tabla 5-2:** Estado Civil de las personas encuestadas

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Soltero/a	98	26%	72	34%
Casado/a	156	42%	103	49%
Viudo/a	24	6%	15	7%
Divorciado/a	97	26%	22	10%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la población en estudio

**Elaborado por:** Kathy Salazar



**Gráfico 3-2:** Estado Civil de las personas encuestadas

**Fuente:** Tabla n°5

**Elaborado por:** Kathy Salazar

**Análisis:** De las personas encuestadas en 49% perteneciente a los negocios y el 42% a los hogares son casadas.

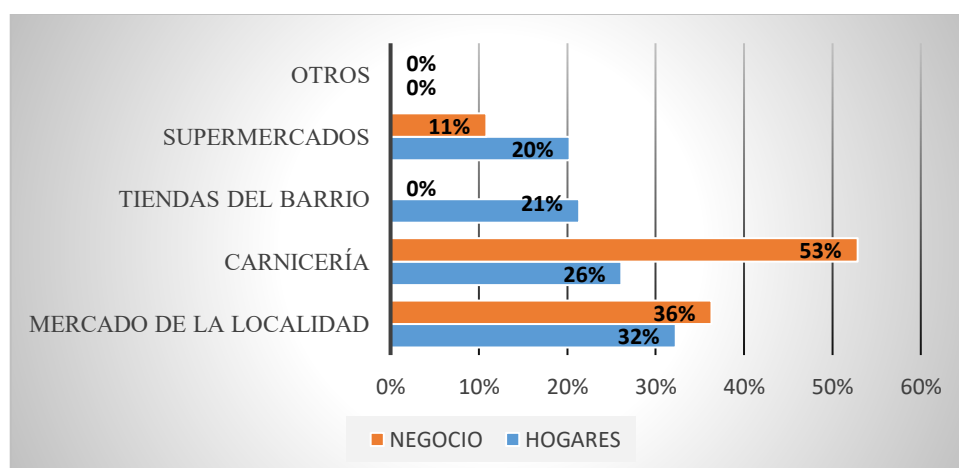
**1. ¿En qué lugar usted adquiere actualmente carne para la preparación de sus alimentos?**

**Tabla 6-2:** Lugar donde adquiere cárnicos actualmente

DETALLE	HOGARES		NEGOCIO	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mercado de la localidad	121	32%	77	36%
Carnicería	98	26%	112	53%
Tiendas del barrio	80	21%	0	0%
Supermercados	76	21%	23	11%
Otros	0	0	0	0%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a la población en estudio

Elaborado por: Kathy Salazar



**Gráfico 4-2:** Lugar donde adquiere cárnicos actualmente

Fuente: Tabla n°6

Elaborado por: Kathy Salazar

**Análisis:** Al analizar los hogares encuestados se puede evidenciar que el 32% adquiere sus cárnicos en mercados de la localidad, seguido del 26% que lo adquiere en carnicerías. Mientras que los negocios encuestados comentan que adquieren cárnicos para la preparación de los alimentos de sus clientes el 53% en carnicerías.

**Interpretación:** Los mercados de la localidad y las carnicerías son sitios donde más acuden los consumidores a adquirir cárnicos esto se debe a los precios cómodos que ofrecen y a la variedad de productos. Es importante considerar que existe un débil control con respecto al manejo y manipulación de los cárnicos.



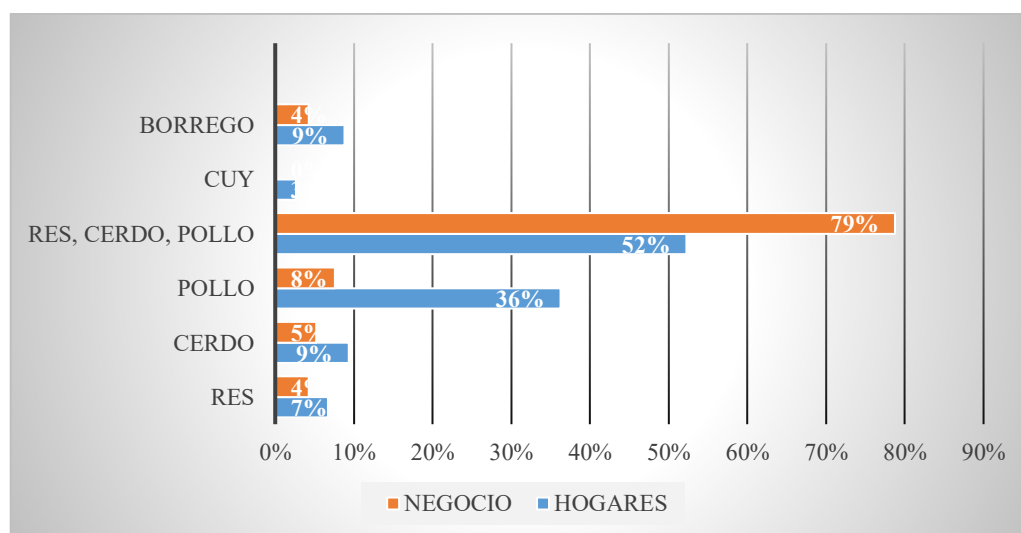
## 2. ¿Qué tipos de carne compra generalmente para la preparación de sus alimentos?

**Tabla 7-2:** Tipo de carne que adquiere

DETALLE	HOGARES		NEGOCIO	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Res	25	7%	9	4%
Cerdo	35	9%	11	5%
Pollo	136	36%	16	8%
Res, cerdo, pollo	196	52%	167	79%
Cuy	10	3%	0	0%
Borrego	33	9%	9	4%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>116%</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la población en estudio

**Elaborado por:** Kathy Salazar



**Gráfico 5-2:** Tipo de carne que adquiere

**Fuente:** Tabla n°7

**Elaborado por:** Kathy Salazar

**Análisis:** Mediante el estudio de mercado se pudo conocer que en los hogares del cantón el 52% consumen carne de res, cerdo y pollo seguido de un 36% que prefieren solo carne de pollo. En los negocios donde se prepara alimentos con cárnicos el 79% adquieren más carnes de res, cerdo y pollo para la elaboración.

**Interpretación:** La mayoría de los encuestados prefiere la carne de pollo y res al tener un costo mucho más accesible, también prefieren este tipo de carne para mantener un cuidado estricto de su salud, la carne de cerdo es utilizada con mayor frecuencia en épocas especiales o en la preparación de platos típicos del cantón.

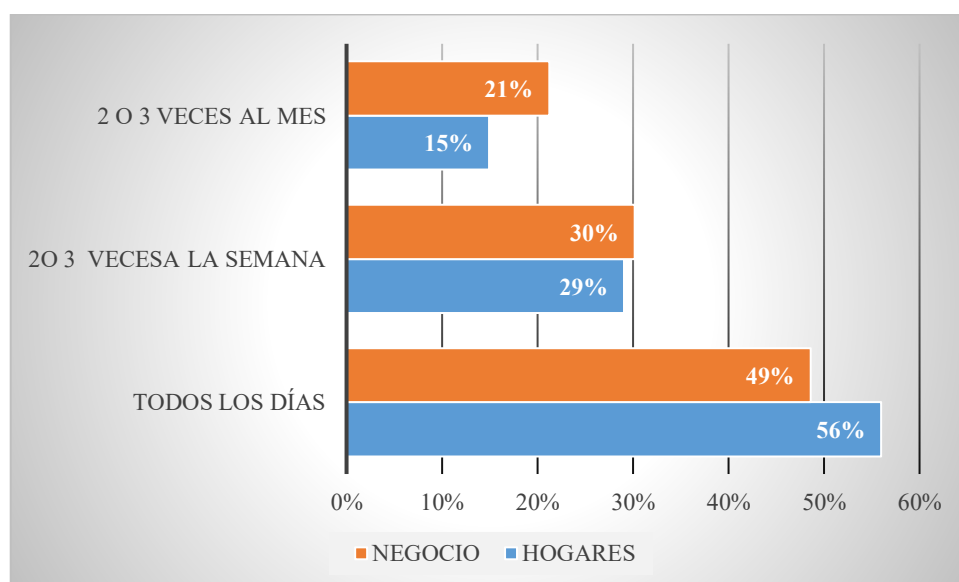
### 3. ¿Con que frecuencia usted compra carne para preparar sus alimentos?

**Tabla 8-2:** Frecuencia con la que adquiere carne

DETALLE	HOGARES		NEGOCIO	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Todos los días	210	56%	103	49%
2o 3 veces a la semana	109	29%	64	30%
2 o 3 veces al mes	56	15%	45	21%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la población en estudio

**Elaborado por:** Kathy Salazar



**Gráfico 6-2:** Frecuencia con la que adquiere carne

**Fuente:** Tabla n°8

**Elaborado por:** Kathy Salazar

**Análisis:** Mediante la encuesta se evidencia que en los hogares y en los negocios se adquiere cárnicos en un 56% y en un 49% respectivamente todos los días.

**Interpretación:** Las personas que realizan la compra diaria de carne, deben tomar en cuenta algunos consejos que les permitirá cuidar la salud de su familia o en el caso de las personas dedicadas a la venta de comida, precautelar la integridad de sus comensales.

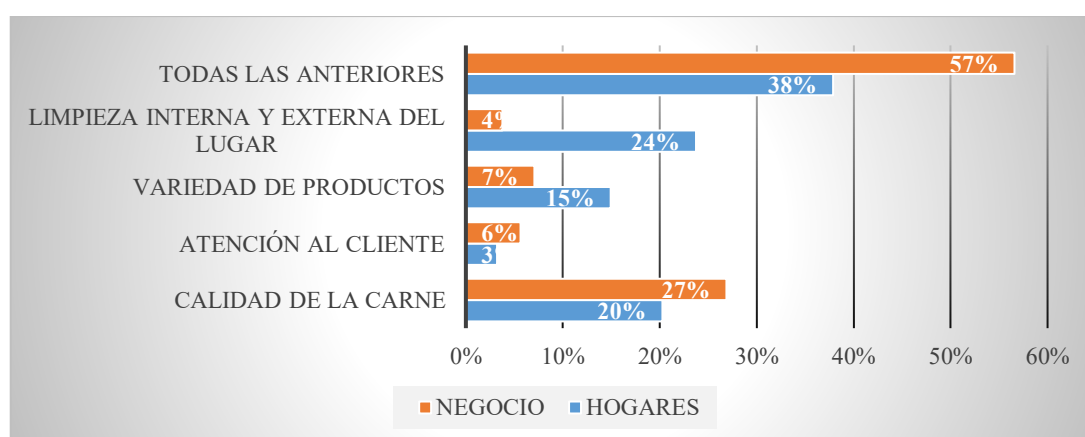
4. ¿Qué aspectos considera usted importantes al elegir el lugar donde adquiere sus cárnicos?

**Tabla 9-2:** Aspectos que considera del lugar donde adquiere sus cárnicos

DETALLE	HOGARES		NEGOCIO	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad de la carne	76	20%	57	27%
Atención al cliente	12	3%	12	6%
Variedad de productos	56	15%	15	7%
Limpieza interna y externa del lugar	89	24%	8	4%
Todas las anteriores	142	38%	120	57%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a la población en estudio

Elaborado por: Kathy Salazar



**Gráfico 7-2:** Aspectos que considera del lugar donde adquiere sus cárnicos

Fuente: Tabla n°9

Elaborado por: Kathy Salazar

**Análisis:** Los encuestados manifiestan en un 57% los negocios y el 38% los hogares que antes de decidir el lugar donde adquieren cárnicos consideran la limpieza del local, variedad de productos que ofrece, atención al cliente y la calidad de la carne.

**Interpretación:** Para lograr resultados óptimos en bien de la ciudadanía, los puestos de carnicería, deben permanecer limpios antes, durante y después de la venta, siendo colocadas la carne de res, pollo, cerdo, cordero, etc., en bandejas limpias y protegidas.

Las variedades de carne deben estar separadas para evitar que se contaminen, los fiambres, como son las carnes frías, jamón salchichas y otros deben estar protegidos en vitrinas.

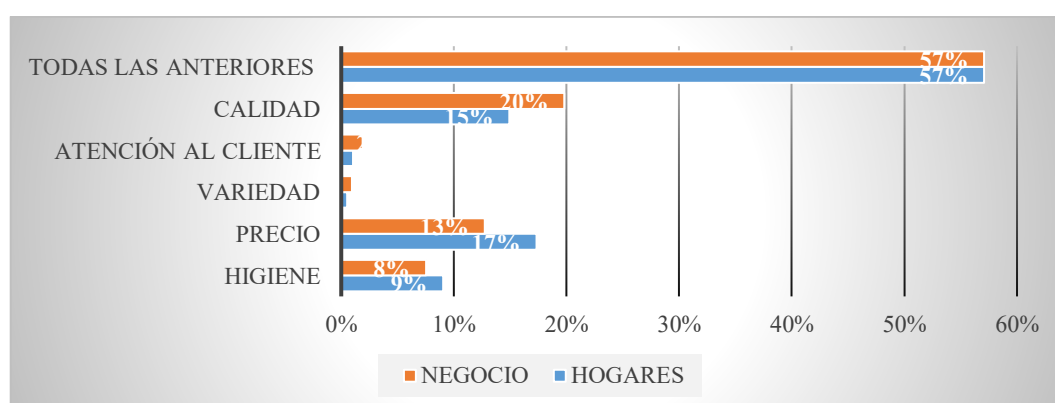
5. ¿Qué tipo de dificultad presenta actualmente al adquirir cárnicos en lugares de su localidad?

**Tabla 10-2:** Dificultades actuales al adquirir cárnicos

DETALLE	HOGARES		NEGOCIO	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Higiene	34	9%	16	8%
Precio	65	17%	27	13%
Variedad	2	1%	2	1%
Atención al cliente	4	1%	4	2%
Calidad	56	15%	42	20%
Todas las anteriores	214	57%	121	57%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a la población en estudio

Elaborado por: Kathy Salazar



**Gráfico 8-2:** Dificultades actuales al adquirir cárnicos

Fuente: Tabla n°10

Elaborado por: Kathy Salazar

**Análisis:** Las personas encuestadas manifiestan que los problemas que actualmente tienen al adquirir cárnicos es la calidad de la carne, mala atención al cliente, no existe variedad de productos y las condiciones higiénicas son muy malas.

**Interpretación:** La carne posee una gran riqueza nutritiva se debe fundamentalmente a su elevado contenido en proteínas de alto valor biológico, pero, por otro lado, es uno de los alimentos más perecederos debido a su alto contenido en agua, composición y pH, lo que favorece la alteración y contaminación microbiana, pudiendo constituir un riesgo para la salud. Las alteraciones de la carne son debidas a su propia composición y a su interacción con factores físicos o químicos como la luz, la temperatura o el aire. Las más frecuentes son: enranciamiento, enmohecimiento, putrefacción y coloraciones anormales. Algunas pueden ser causa de enfermedad.

## 6. ¿Cuánto es el promedio de consumo de carne?

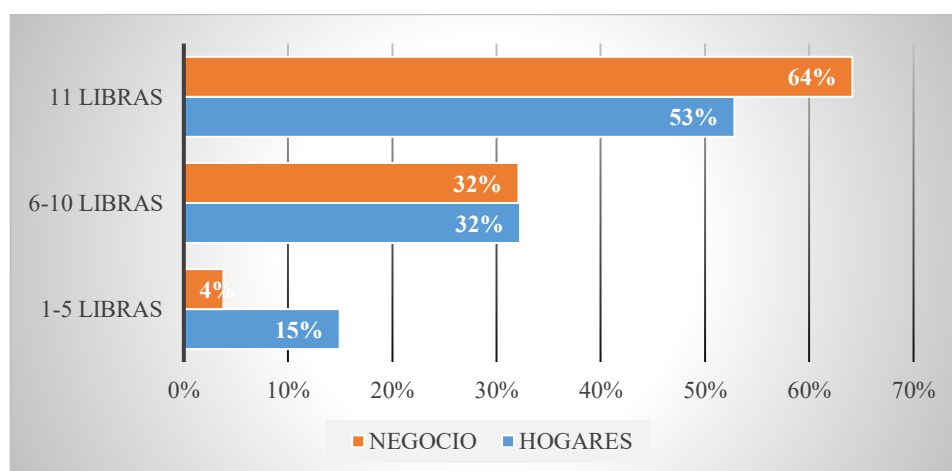
**Tabla 11-2:** Promedio de gastos en el consumo de carne

DETALLE	HOGARES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 libra	56	15%
5 libras	121	32%
8 libras	198	53%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

DETALLE	NEGOCIO	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-5 libras	8	4%
6-10 libras	68	32%
11 libras	136	64%
<b>Total</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la población en estudio

**Elaborado por:** Kathy Salazar



**Gráfico 9-2:** Promedio de consumo de carne

**Fuente:** Tabla n°11

**Elaborado por:** Kathy Salazar

**Análisis:** En los hogares del cantón Salcedo el 53% manifiesta que consume en promedio de 8 libras de carne a más para la preparación de sus alimentos, mientras que los negocios donde se prepara alimentos el 66% menciona que adquiere más de 11 libras.

**Interpretación:** La mayor parte de los hogares y negocios consumen carne para la preparación de sus alimentos lo hacen desde 11 libras a la semana

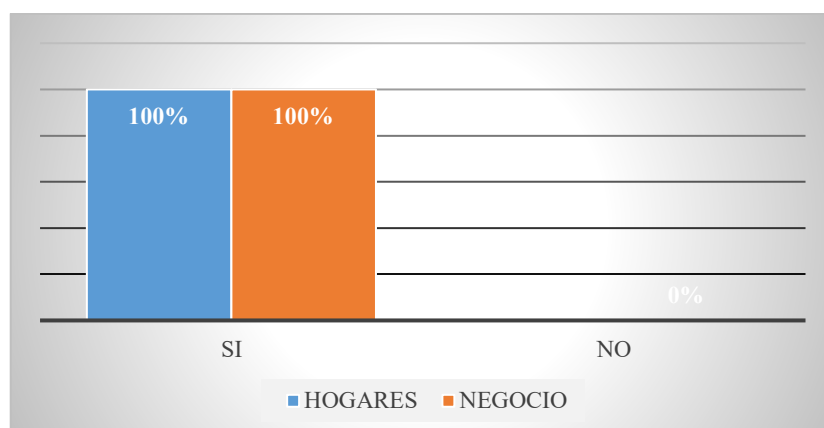
**7. ¿Adquiriría los productos de una nueva sucursal denominada Gran Feria de Carnes “Don Sebitas en el cantón Salcedo?”**

**Tabla 12-2:** Aceptación de una sucursal de carne en el cantón Salcedo

DETALLE	HOGARES		NEGOCIO	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	375	100%	212	100%
No	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la población en estudio

**Elaborado por:** Kathy Salazar



**Gráfico 10-2:** Aceptación de una sucursal de carne en el cantón Salcedo

**Fuente:** Tabla n°12

**Elaborado por:** Kathy Salazar

**Análisis:** Al encuestar a las personas representantes de los hogares del cantón salcedo y de los negocios donde se consume cárnicos manifiestan en un 100% que están de acuerdo en que se implemente una sucursal de carne en el cantón.

**Interpretación:** El mayor número de consumidores de carne eligen adquirir estos productos en carnicerías, en estos lugares pueden conseguir a menor precio, una variedad de productos, más higiénicos y frescos lo que garantiza la calidad de la carne.

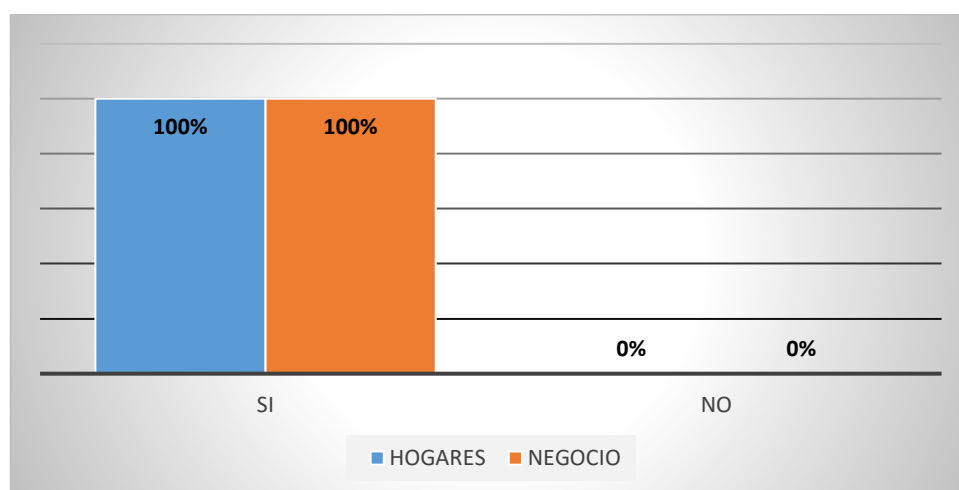
**8. ¿Desearía que la empresa Gran FERIA de Carnes “Don Sebitas” ofrezca el servicio de entrega a domicilio?**

**Tabla 13-2:** Aceptación del Servicio a Domicilio

DETALLE	HOGARES		NEGOCIO	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	375	100%	212	100%
No	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la población en estudio

**Elaborado por:** Kathy Salazar



**Gráfico 11-2:** Aceptación del Servicio a Domicilio

**Fuente:** Tabla n°13

**Elaborado por:** Kathy Salazar

**Análisis:** El 100% de los encuestados representantes de hogares y negocios del cantón Salcedo manifiestan la aceptación del servicio a domicilio de cárnicos por parte de la sucursal que se pretende crear.

**Interpretación:** La vida moderna ha llevado a un auge en el negocio del despacho a domicilio. La modernidad ha traído notoriamente una falta de tiempo en la vida de las personas y el mercado se ha ido adaptando cada vez más a las necesidades reales de sus consumidores. De esta forma, el despacho a domicilio de los productos, ya sea mediante el teléfono o internet, se ha transformado en prácticamente una obligación para el éxito del negocio y acogida del consumidor.

Los clientes están comenzando a exigir el sistema de despacho a la casa y esta modalidad se está empezando a hacer imprescindible en cualquier tipo de negocio.

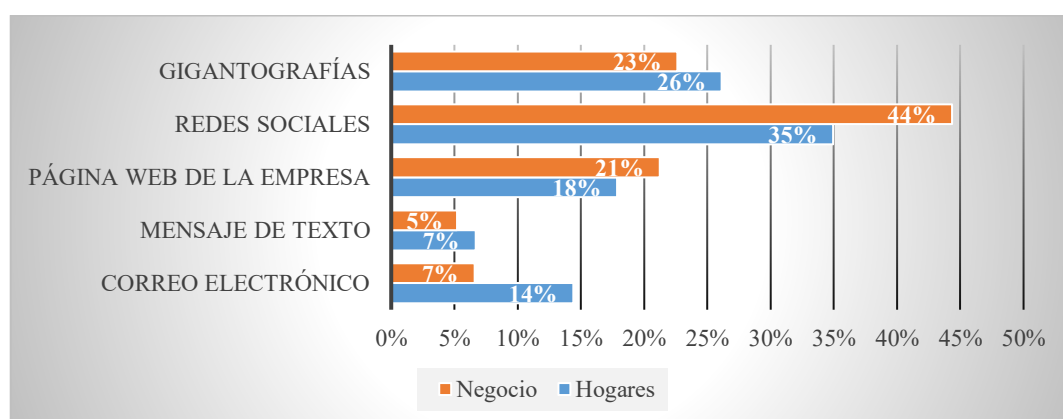
9. ¿Por qué medios de comunicación desearía que la empresa le informe acerca de promociones, descuentos y nuevos productos?

**Tabla 14-2:** Medios de comunicación con mayor aceptación

DETALLE	HOGARES		NEGOCIO	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Correo electrónico	54	14%	14	7%
Mensaje de texto	25	7%	11	5%
Página web de la empresa	67	18%	45	21%
Redes sociales	131	35%	94	44%
Gigantografías	98	26%	48	23%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a la población en estudio

Elaborado por: Kathy Salazar



**Gráfico 12-2:** Medios de comunicación con mayor aceptación

Fuente: Tabla n°14

Elaborado por: Kathy Salazar

**Análisis:** Mediante la encuesta aplicada los representantes de los hogares y de los negocios mencionaron en un 35% y en un 44% respectivamente que desearían recibir información con respecto a ofertas, promociones, descuentos etc., de la empresa a través de las redes sociales.

**Interpretación:** La publicidad en Internet ha incorporado nuevas plataformas y oportunidades de negocio para las empresas y marcas, existen muchos tipos de canales publicitarios en internet, según los últimos estudios el más usado por las marcas es la publicidad en las búsquedas, pero ha ganado presencia en los planes de las empresas la publicidad en redes sociales, ya que los modelos de negocio de las plataformas sociales en los últimos años, se ha orientado en restar presencia a los contenidos orgánicos para que las empresas inviertan en publicidad de pago con el fin de conseguir un mayor alcance para sus publicaciones.



## CAPITULO III

### 3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD TÉCNICA Y  
FINANCIERA EN LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA GRAN  
FERIA DE CARNES “DON SEBITAS” SALCEDO, COTOPAXI 2019**



---

**GRAN FERIA DE CARNES DON SEBITAS**  
La mejor calidad alimentaria  
de productos cárnicos

### 3.1. Estudio De Mercado

El estudio de mercado se centra en analizar la oferta y la demanda en el consumo de cárnicos en los hogares y negocios de comida en el Cantón Salcedo con el fin de determinar la penetración que éste puede tener en el mercado real. De esta forma se podrán conocer tanto las oportunidades como los riesgos.

El presente estudio de mercado prepara a la empresa para poder conocer lo que ésta se encontrará en el mercado. Lanzarse a éste sin conocerlo previamente incrementa las posibilidades de fracasar por falta de estructura, preparación o al conjunto de pautas que afectan al éxito.

Así podemos resumir en tres puntos clave, los ítems a tener en cuenta al elaborar nuestro estudio de mercado:

- Investigar y tener siempre claro cómo se comportarán los mercados en los que se introducirá nuestro producto o servicio.
- Evaluar el efecto que tendrá nuestro producto o servicio en el mercado.
- Valorar cuáles son los costes que supondrá la startup y los beneficios que se pueden obtener.

#### 3.1.1. Capacidad instalada

##### 3.1.1.1. Cálculo de la capacidad de almacenamiento

Para el cálculo de la capacidad instalada de la sucursal Don Sebitas en el cantón Salcedo se considera la capacidad de almacenamiento de carne de la maquinaria y equipo y del abastecimiento de carne por parte de la Matriz ubicada en la ciudad de Latacunga.

#### Características de la maquinaria:

**Tabla 1-3:** Capacidad de la maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO	PRODUCTOS	CAPACIDAD LIBRAS DE CARNE SEMANAL	CAPACIDAD LIBRAS DE CARNE MENSUAL	CAPACIDAD LIBRAS DE CARNE ANUAL
Camara congelación	Cerdo con chuleteros de res	2200 lb	8800 lb	105600 lb
Camara refrigeración	Pollo	2200 lb	8800 lb	105600 lb
Frigorífico 1	carne de res	1350 lb	5400 lb	64800 lb
Frigorífico 2	Carne de cerdo	1360 lb	5440 lb	65280 lb
Frigorífico 3	Embutidos	-	-	-
Frigorífico 4	Exhibición carne descongelada	-	-	-
<b>Total</b>		<b>7110 lb</b>	<b>28440 lb</b>	<b>341280 lb</b>

Fuente: Estudio previo Matriz Latacunga – proformas

Elaborado por: Kathy Salazar

## **Cámara de congelación y refrigeración**

- Capacidad: 2200 lb aproximadamente.
- Dimensiones: 2000(Al) x 1340(An) x 815(P)mm.
- Dimensiones - Interno: 1386(Al) x 1220(An) x 653(F)mm.
- Dimensiones - Aislante: Grosor 60mm.
- Acabado - Exterior: Acero inoxidable.
- Acabado - Interno: Aluminio.
- Tipo de potencia: 230V 600W 4A.
- Refrigerante: R290.
- Rango de temperatura: -2°C a +8°C.
- Voltaje: 230V.
- Peso: 180kg.
- Enchufe incluido: Sí.
- Interior compatible Gastronorm 2/1.
- Puertas de cierre automático con cerradura.
- Ruedas, las delanteras con freno, para moverlo fácilmente y poder limpiar
- Suministrado con 6 estantes ajustables y 2 rejillas de suelo.
- Termostato electrónico fácil de utilizar con pantalla digital.
- Rápida recuperación de la temperatura de trabajo gracias a su ventilador.
- Temperatura máxima ambiente: 32°C.
- Capacidad neta utilizable 770 Ltr.
- Rango temperatura ambiente: de 5°C a 32°C.
- Eficiencia energética: C.
- Índice de eficiencia energética: 36.03.
- Etiqueta energética: No. (solostocks, 2019)

## **Frigorífico**

- Capacidad: 1500 libras aproximadamente
- Dimensiones: 2000(Al) x 1340(An) x 815(P) mm
- Dimensiones - Interno: 1386(Al) x 1220(An) x 653(F) mm
- Dimensiones - Aislante: Grosor 60 mm
- Tipo de potencia: 600 W, 4 A
- Refrigerante: R290
- Rango de temperatura: -2°C a +8°C
- Voltaje: 230 V

- Peso: 180 Kg
- Enchufe incluido: Sí
- Termostato digital con pantalla para la temperatura
- Resistentes ruedas para un cómodo posicionamiento
- Puertas con cerradura
- Juntas de las puertas desmontables para limpieza y cómoda sustitución
- 6 estantes ajustables y 3 rejillas para suelo
- Refrigeración asistida por ventilador
- La junta de goma de la puerta puede desmontarse para facilitar su limpieza y sustitución
- 6 estanterías ajustables y 1 protector del suelo
- Refrigeración asistida por ventilador
- Capacidad neta utilizable: 770 litros
- Rango temperatura ambiente: de 5° a 32° C (NIRKO, 2019)

### *3.1.1.2. Cálculo De La Capacidad De Almacenamiento De La Sucursal*

**Capacidad en libras** = capacidad de la cámara congeladora + capacidad de la cámara refrigerante + capacidad frigorífico 1 + capacidad frigorífico 2

**Capacidad en libras semanal** = 2200 libras + 2200 libras + 1350 libras + 1360 libras = 7110

**Capacidad en libras Mensual** = 8800 libras + 8800 libras + 5400 libras + 5440 libras = 28440

**Capacidad en libras Anual** = 105600 libras + 105600 libras + 64800 libras + 65280 libras = 341280

La empresa sucursal Don Sebitas cuenta con una capacidad de almacenamiento de carne de 341280 libras anualmente.

Este valor se utilizará para aplicar a fórmula que me permite conocer el porcentaje de demanda insatisfecha que se pretende cubrir.

$$\text{Demanda insatisfecha} = \frac{\text{Demanda}}{\text{Capacidad instalada}} = \frac{3.406.928}{341280} = 9,98 = 10\%$$

### 3.1.1.3. Cálculo De La Capacidad De Los Vendedores

**Tabla 2-3:** Capacidad de venta

VENEDORES	TIEMPO DEMORA ATENDER A CADA CLIENTE	EN 8 HORAS ATIENDE	NÚMERO DE CLIENTES QUE ATIENDE A LA SEMANA
Vendedor 1	10 minutos	48 clientes	336 clientes
Vendedor 2	10 minutos	48 clientes	336 clientes
<b>Total</b>	-	<b>96 clientes</b>	<b>672 clientes</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Kathy Salazar

$$\text{Capacidad de Venta en libras} = \frac{\text{libras de carne a la semana}}{\text{número de clientes a la semana}}$$

$$\text{Capacidad de Venta en libras} = \frac{7400 \text{ libras}}{672 \text{ clientes}} = 11,01 \text{ libras}$$

Lo que indica que cada vendedor tiene la capacidad de vender 11,01 libras semanales por cliente.

### 3.1.2. Análisis de la demanda

Para el cálculo de la demanda se ha considerado el número de hogares y el número de negocios como panaderías, restaurantes, hoteles y tiendas que adquieren cárnicos para vender o elaborar alimentos en el Cantón Salcedo.

Para calcular la proyección de la demanda y oferta se aplica la siguiente fórmula en base a los 15456 hogares registrados en el año 2010 y 472 negocios registrados en el año 2018 que venden cárnicos o utilizan este producto para la preparación de alimentos.

#### Fórmula de la proyección

$${}^1Q_n = Q_0(1 + i)^n$$

Dónde:

i = Tasa de crecimiento

n= años

Qn= Consumo Futuro

Qo = Consumo inicial

---

<sup>1</sup> <https://es.scribd.com/doc/147294050/METODOS-PARA-CALCULAR-LA-POBLACION-FUTURA>

### 3.1.2.1. Cálculo de la proyección de la demanda

$$Q_n = Q_0(1 + i)^n$$

Para el cálculo de la proyección en la demanda para hogares se considera la proyección poblacional obtenida en el INEC 2010 mientras que para el cálculo de la proyección de la oferta se considera el 1,32% del PIB obteniendo la variación de los cinco ultimo años. Anexo3.

### 3.1.2.2. Cálculo de la demanda por hogares

Para determinar la demanda futura se considera la pregunta n° 6 de la encuesta en la cual se identifica el consumo de cárnicos por libras de los hogares y los negocios.

**Tabla 3-3:** Consumo de carne de hogares

HOGARES	CONSUMO DE CARNE EN LIBRAS/ DÍA	TOTAL, DE LIBRAS DE CARNE/ SEMANA	TOTAL, DE LIBRAS DE CARNE/ AÑO
56	1 lb	52 lb	2912,00 lb
121	5 lb	52 lb	31460,00 lb
198	8 lb	52 lb	82368,00 lb
375	-	-	116740,00 lb
<b>Consumo de carne por hogares al año</b>			<b>311,31 lb</b>

Fuente: Encuesta aplicada a hogares y negocios

Elaborado por: Kathy Salazar

**Tabla 4-3:** Demanda futura de hogares

AÑOS	PROYECCIÓN POBLACIONAL	Nº/HOGARES PR. 3,5 PERSONAS	C/CARNE L/F	DEMANDA PROYECTADA (LBS)	PRECIO /P	TOTAL, DEMANDA (\$)
2019	66518	19005	-	-	-	-
2020	67100	19171	311 lb	5.968.193,52	\$ 1,85	<b>11.041.158,2</b>
2021	67661	19332	311 lb	6.018.091,54	\$ 1,85	<b>11.133.469,4</b>
2022	68203	19487	311 lb	6.066.299,60	\$ 1,85	<b>11.222.654,5</b>
2023	68727	19636	311 lb	6.112.906,65	\$ 1,85	<b>11.308.877,1</b>
2024	69230	19780	311 lb	6.157.645,87	\$ 1,85	<b>11.391.644,5</b>
2025	69716	19919	311 lb	6.200.873,02	\$ 1,85	<b>11.471.615,9</b>

Fuente: Encuesta aplicada a hogares y negocios

Elaborado por: Kathy Salazar

### 3.1.2.3. Cálculo de la demanda por negocios

Para determinar la demanda futura se considera la pregunta n° 6 de la encuesta en la cual se identifica el consumo de cárnicos por libras los negocios, se considera un descuento del 2,2% por adquisición en mayor cantidad.

**Tabla 5-3:** Consumo de carne por negocios

NEGOCIOS	CONSUMO DE CARNE EN LIBRAS/ DÍA	TOTAL, DE LIBRAS DE CARNE/ SEMANA	TOTAL, DE LIBRAS DE CARNE/ AÑO
2	1 lb	52 lb	104,00 lb
36	5 lb	52 lb	9360,00 lb
174	8 lb	52 lb	72384,00 lb
212	Total		81848,00 lb
<b>Consumo de carne por negocio</b>			<b>386,08 lb</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a hogares y negocios

**Elaborado por:** Kathy Salazar

**Tabla 6-3:** Demanda futura de negocios

AÑOS	PROYECCIÓN NEGOCIOS	CONSUMO CARNE LIBRAS POR NEGOCIO	DEMANDA PROYECTADA (LIBRAS)	PRECIO PROMEDIO DE VENTAS	TOTAL, DEMANDA (\$)
2019	472				
2020	478	386 lb	184.633,03 lb	\$1,80	332.339,45
2021	485	386 lb	187.070,18 lb	\$1,80	336.726,33
2022	491	386 lb	189.539,51 lb	\$1,80	341.171,12
2023	497	386 lb	192.041,43 lb	\$1,80	345.674,58
2024	504	386 lb	194.576,38 lb	\$1,80	350.237,48
2025	511	386 lb	197.144,79 lb	\$1,80	354.860,62

**Fuente:** Encuesta aplicada a hogares y negocios

**Elaborado por:** Kathy Salazar

### 3.1.3. Análisis de la Oferta

#### 3.1.3.1. Cálculo de la oferta por hogares y negocios

Para determinar la oferta futura se aplicó una entrevista a la competencia para determinar cuántas libras de los distintos tipos de carne venden diario, semanal y mensual.

**Tabla 7-3:** Resultado de la encuesta

COMPT.	POLLO (LB)/ DÍA	PRECIO (LBS)	T/ING DÍAS	CARNE	PRECIO (LBS)	T/ING DÍAS	CERDO	PRECIO (LBS)	T/ING DÍAS	OFERTA DIARIA	Nº DE LBS/ AÑO	OFERTA ANUAL (\$)
La fina 1	200 lb	1,48	296,00	300 lb	1,87	561,00	100 lb	2,20	220,00	1.077,00	365 lb	393.105,00
La fina 2	150 lb	1,48	222,00	200 lb	1,87	374,00	100 lb	2,20	220,00	816,00	365 lb	297.840,00
El toro partido	300 lb	1,48	444,00	500 lb	1,87	935,00	300 lb	2,20	660,00	2.039,00	365 lb	744.235,00
Frigorifico susana	250 lb	1,48	370,00	380 lb	1,87	710,60	200 lb	2,20	440,00	1.520,60	365 lb	555.019,00
Frigorifico pedro	220 lb	1,48	325,60	300 lb	1,87	561,00	200 lb	2,20	440,00	1.326,60	365 lb	484.209,00
La granja azul	300 lb	1,48	444,00	800 lb	1,87	1.496,00	300 lb	2,20	660,00	2.600,00	365 lb	949.000,00
Frigorifico don betto	100 lb	1,48	148,00	100 lb	1,87	187,00	75 lb	2,20	165,00	500,00	365 lb	182.500,00
<b>MERCADO CENTRAL</b>												
Local 1	100 lb	1,48	148,00	200 lb	1,87	374,00	100 lb	2,20	220,00	742,00	365 lb	270.830,00
Local 2	100 lb	1,48	148,00	150 lb	1,87	280,50	150 lb	2,20	330,00	758,50	365 lb	276.852,50
Local 3	120 lb	1,48	177,60	130 lb	1,87	243,10	130 lb	2,20	286,00	706,70	365 lb	257.945,50
Local 4	100 lb	1,48	148,00	150 lb	1,87	280,50	120 lb	2,20	264,00	692,50	365 lb	252.762,50
Local 5	100 lb	1,48	148,00	200 lb	1,87	374,00	200 lb	2,20	440,00	962,00	365 lb	351.130,00
<b>Otros Totales</b>	<b>2040 lb</b>	<b>\$ 17,76</b>	<b>\$ 3.019,20</b>	<b>3410 lb</b>	<b>\$ 22,44</b>	<b>\$ 376,70</b>	<b>1975 lb</b>	<b>\$ 26,40</b>	<b>\$ 4.345,00</b>	<b>\$ 13740,9</b>	<b>-</b>	<b>\$ 5.015.428,50</b>

**Fuente:** Entrevista aplicada a la competencia

**Elaborado por:** Kathy Salazar



### 3.1.4. Demanda insatisfecha

De acuerdo a la capacidad que tiene la matriz, proporciona la cantidad necesaria para satisfacer al 10% de la demanda insatisfecha.

Considerando la capacidad de almacenamiento de la empresa de 350.000 libras al año se divide este total para la demanda 3.406.928 libras obteniendo un valor del 10% de demanda insatisfecha que se podrá cubrir.

**Tabla 8-3:** Cálculo de la demanda insatisfecha de los hogares

AÑOS	DEMANDA HOGARES	DEMANDA NEGOCIOS	DEMANDA TOTAL ANUAL / LIBRAS	OFERTA ANUAL/ LIBRAS	DEMANDA INSATISFECHA	CUBRE 10% DE DEMANDA INSATISFECHA
2020	5.968.194	184.633,03	6.152.827 lb	2745899 lb	3.406.928 lb	340.693 lb
2021	6.018.092	187.070,18	6.205.162 lb	2782145 lb	3.423.017 lb	342.302 lb
2022	6.066.300	189.539,51	6.255.839 lb	2818869 lb	3.436.970 lb	343.697 lb
2023	6.112.907	192.041,43	6.304.948 lb	2856078 lb	3.448.870 lb	344.887 lb
2024	6.157.646	194.576,38	6.352.222 lb	2893778 lb	3.458.444 lb	345.844 lb
2025	6.200.873	197.144,79	6.398.018 lb	2931976 lb	3.466.042 lb	346.604 lb

**Fuente:** Encuesta aplicada a hogares y negocios

**Elaborado por:** Kathy Salazar

### 3.1.5. Análisis del producto

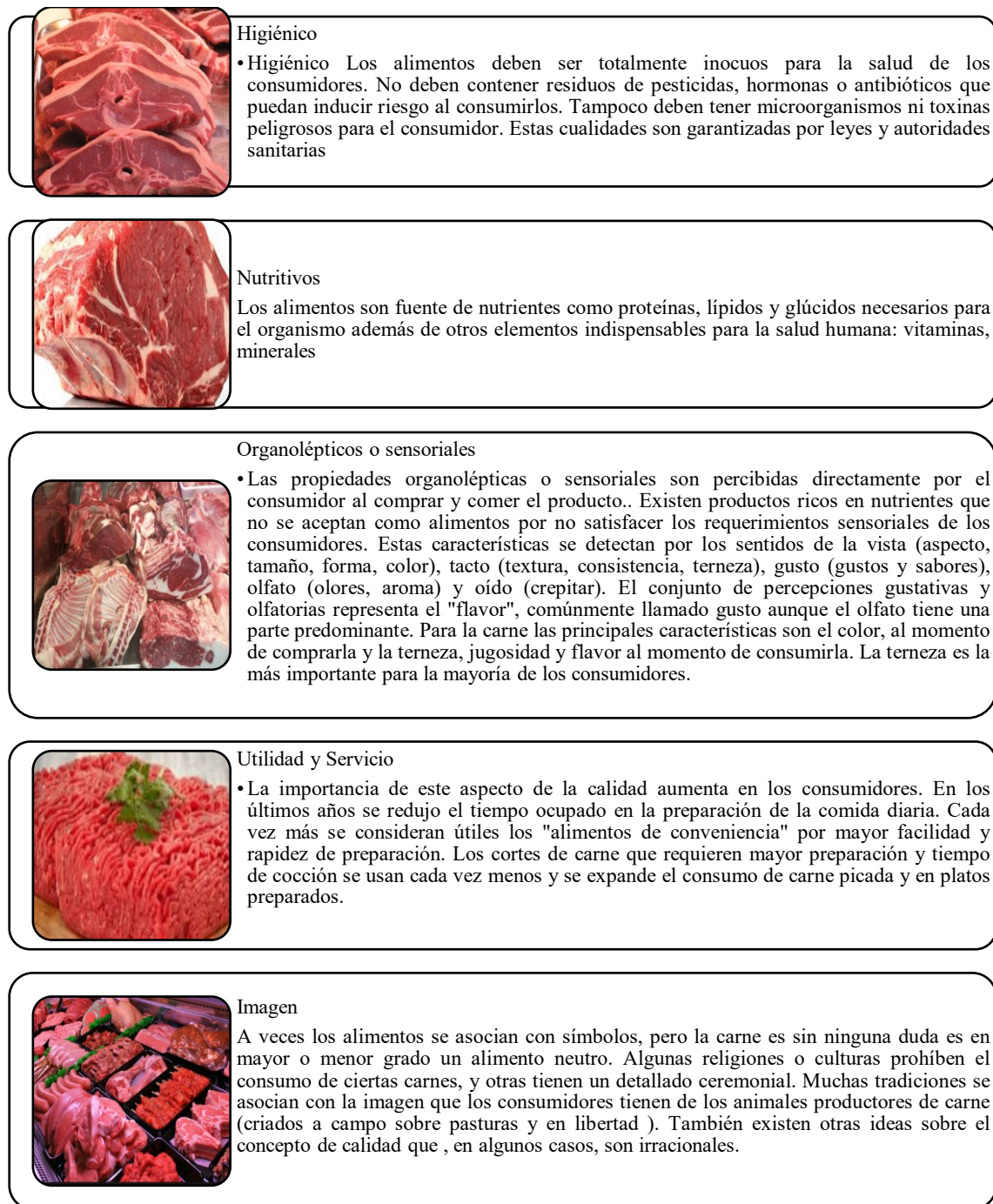
#### 3.1.5.1. Calidad de la carne



**Gráfico 1-3:** Calidad de la carne

**Fuente:** Empresa Gran Feria De Carnes "Don Sebitas"

Es difícil definir el concepto de calidad de carne, porque representa diferentes factores y varios sentidos. La calidad no significa lo mismo para productores, industriales y consumidores.



**Figura 1-3:** Para los consumidores la calidad de carne comprende los siguientes aspectos

**Fuente:** Empresa Gran Feria De Carnes "Don Sebitas"

**Elaborado por:** Kathy Salazar

## Carne de ternera

(Leggiadro , 2015) en su documento denominado caracterización del valor nutricional de los alimentos menciona;

## **Categorías de la carne de ternera**

Para el consumo fresco, la carne de vacuno se distribuye desde los mataderos hasta los detallistas de venta al por menor, carnicerías y supermercados. Generalmente, la ternera se distribuye en medias canales, y el vacuno mayor y menor en cuartos de canal. El añojo, en cualquiera de las dos formas.

El minorista es el encargado del despiece de los cuartos o medias canales en piezas de carne. Este despiece suele ser característico de cada país, e incluso se observan diferencias entre las regiones.

Cada una de las piezas separadas, según la calidad de su carne y la cantidad de tejido adiposo, conjuntivo, etc. que la acompaña, se clasifica, por categorías comerciales en extra, primera, segunda y tercera, valoradas en distintos precios y aptas unas más que otras para determinadas preparaciones en la cocina.

## **Valor nutritivo**

La carne de vacuno, dada su composición, es un alimento altamente nutritivo. No obstante, no todas las carnes de vacuno ofrecen el mismo valor nutritivo. Existen notables diferencias, según se trate de piezas pertenecientes al músculo aislado o con otro tipo de tejido unido a él, como la grasa, por ejemplo, o dependiendo de que la res sea joven o vieja.

A igualdad de peso, la carne de ternera cruda contiene menos grasa y por tanto menos calorías que la carne de vacuno mayor. Es más digerible que la de los animales adultos, aunque no tan sabrosa ni nutritiva, ya que contiene más agua que disminuye a medida que aumenta la cantidad de grasa.

La carne de vacuno mayor presenta cierta cantidad de grasa intramuscular, que le proporciona la jugosidad propia. Esta grasa se caracteriza por su elevado contenido en ácidos grasos saturados. Según la pieza que se trate, el contenido en grasa y en colesterol es muy variable. Por ejemplo, las chuletas son piezas de mayor contenido graso que el lomo o el solomillo.

Es una carne con un elevado porcentaje de proteínas de alto valor biológico. En cuanto a las vitaminas y minerales, se encuentran en cantidades moderadas, que apenas varían con factores intrínsecos del animal (sexo, edad, etc.). Es una fuente importante de minerales tales como yodo, manganeso, zinc, selenio..., minerales que se varían en cantidad según el tipo de alimentación del animal. Destaca por su riqueza en hierro hemo, de fácil absorción. Entre las vitaminas destacan las del grupo B. La edad del animal también influye decisivamente en este aspecto, ya que la

carne de ternera es más rica en este complejo vitamínico que la carne de buey, principalmente en vitamina B2.

Hay que tener en cuenta que la carne de vacuno se consume cocinada, y que durante su preparación culinaria su riqueza nutritiva varía. Se pierde agua, por lo que la proporción relativa del resto de componentes aumenta, aunque en realidad su valor absoluto disminuye. Es decir, se produce una merma de la pieza provocada por la pérdida de agua y, además se pierden diferentes nutrientes en mayor o menor medida en función del método de cocinado aplicado. Todas las vitaminas del grupo B (hidrosolubles) presentes en la carne se reducen durante el cocinado. En cuanto a los minerales, la mayoría no se ven afectados, como en el caso de hierro, aunque otros como el fósforo, potasio y sodio, se pierden con el jugo de la carne al ser cocinada.

**Tabla 9-3:** Composición nutritiva (por 100 g de porción comestible, ternera magra)

ENERGÍA (K CAL)	PROTEÍNAS (G)	GRASAS (G)	AGS (G)	AGM (G)	AGP (G)	COLESTEROL (MG)
131	20,7	5,4	2,22	2,51	0,20	59,0
Hierro (mg)	Zinc (mg)	Sodio (mg)	Vit.B1 (mg)	Vit.B2 (mg)	Niacina (mg)	Vit.B12 (mg)
2,1	3,8	61	0,06	0,22	8,1	2,0

AGS= grasas saturadas / AGM= grasas monoinsaturadas / AGP= grasa poliinsaturadas

Fuente: (Leggiadro, 2015)

Elaborado por: Kathy Salazar

### Ventajas e inconvenientes de su consumo

Teniendo en cuenta que ciertas partes de la ternera son ricas en grasa, las personas obesas o con problemas de colesterol o triglicéridos en sangre deberán moderar su consumo. Sin embargo, pueden seleccionar las piezas magras y cocinarlas con poca grasa como asado a la parrilla, a la plancha o al horno.

Debido a que se trata de una carne rica en fibras musculares, su consumo puede resultar indigesto para quienes tienen el estómago delicado.

En los últimos años han surgido numerosos temores respecto a una enfermedad que afecta al ganado vacuno, la encefalopatía espongiforme bovina (EEB), conocida popularmente como enfermedad de las vacas locas. Actualmente la legislación vigente es muy rigurosa con la comercialización y etiquetado de la carne de vacuno, hecho que tranquiliza notablemente al consumidor.

## Carne de pollo



**Gráfico 2-3: Carne de Pollo**

**Fuente:** Empresa Gran FERIA De Carnes “Don Sebitas

**Elaborado por:** Kathy Salazar

(Martínez & Mora, 2010) en su publicación referente a la calidad de carne de pollo mencionan:

La carne de pollo es un producto alimenticio de origen animal que ofrece una excelente fuente de proteínas limpia y libre de moléculas grasas. Esto quiere decir que es un alimento que posee una amplia lista de propiedades benéficas.

El pollo es una especie de ave perteneciente al grupo de las gallináceas cuya carne es apreciada por sus diferentes características culinarias y nutricionales. Consiste en un alimento de origen animal que aporta un gran contenido de nutrientes a la dieta básica de las personas. Es un alimento típico de la cocina de la mayoría de las regiones del mundo, de modo que es utilizado y consumido prácticamente a nivel mundial.

A diferencia de otras proteínas de origen vegetal la carne de pollo es caracterizada por ser blanca. De qué tipo de carne es reconocida por ser mucho más saludable que la carne roja las reses o que la carne de cerdo que sólo tener elevado contenido de elementos grasos. El pollo es un ave de corral que tiene la capacidad de adaptarse a una amplia variedad de ambientes por lo cual la cría de este tipo de especies para la producción y comercialización de su carne se ha extendido por todos los continentes del mundo.

Según la pieza del pollo de las características nutricionales van a variar ligeramente. Por ejemplo, la carne de los muslos suele ser más rojiza debido a que esta zona posee mayor cantidad de mioglobina en la carne pigmento de color rojo.

Actualmente la producción masiva de carne de pollo está sujeta a la mejora genética de la especie y a los efectos de la ingeniería agrónoma como método para garantizar la producción que satisfaga

las grandes demandas del mercado internacional. Al igual que el cerdo el pollo es un animal cuyo contenido suele ser utilizado prácticamente en su totalidad.

### **Propiedades de la carne de pollo**

Las propiedades nutritivas de la carne de pollo no son diferentes en cuanto a la calidad y versatilidad de este producto alimenticio. La carne de pollo está constituida por un alto contenido. Además, el pollo es un alimento de origen animal que puede ser integrado fácilmente a muchas dietas gracias a que se trata de una carne blanca de bajo contenido grasoso fácil digestibilidad.

Por otro lado, es un producto que posee una amplia gama de elementos minerales y de vitaminas que ayudan a mantener estable los requerimientos de oligoelementos del cuerpo. Para ser específico las propiedades nutricionales de la carne de pollo benefician principalmente desde el punto de vista metabólico gracias a que el alto contenido de proteínas estimula la formación de nuevos tejidos en el organismo, así como la creación de nuevas moléculas para el transporte y almacenamiento de sustancias del cuerpo humano.

La carne de pollo posee cierta propiedad anti anémica que ayuda a combatir esta enfermedad debido a su contenido de vitaminas del complejo b como la vitamina b12, b6, b1 entre otras y de minerales como el hierro que facilitan la producción de hemoglobina y generación de glóbulos rojos con lo cual se combate la falta de oxígeno a nivel tisular debido a una deficiencia en los niveles de hemoglobina.

### **Beneficios de la carne de pollo.**

El bajo contenido graso de la carne de pollo se debe a que a diferencia de la carne de cerdo está no está asociada a tejido lipídico y por lo tanto a la hora de consumir este tipo de carne no se ingiere materia grasa. De hecho, la carne de pollo es la única utilizada distintos tipos de dietas adelgazantes ya que ofrece un alto contenido de proteínas indispensables para el desarrollo muscular del cuerpo sin aportar grandes elementos calóricos.

Por otro lado, existe la posibilidad de que algunas piezas de pollo presenten un contenido moderado de elementos lipídicos conformado principalmente ácidos grasos mono insaturados y poliinsaturados resultan ser beneficioso para el organismo que promueven la salud cardiovascular.

Además, la carne de pollo es un tipo de proteína de origen animal ideal para integrar en la dieta de los niños a temprana edad debido a que su composición química sencilla y la estructura molecular de sus componentes principales como las proteínas resulta ser de fácil asimilación por el organismo por lo tanto resulta ideal para que el sistema digestivo de los bebés en crecimiento se empiece adaptar el consumo de alimentos proteicos.

## **Proteínas**

Las proteínas son los elementos estructurales básicamente de todos los tejidos de los seres vivos. Para la formación y el crecimiento de dichos tejidos se requieren el consumo de proteínas para que el organismo utilice los aminoácidos que las conforman para generar sus propias proteínas estructuradas y funcionales.

El organismo humano es capaz de sintetizar a partir de otros compuestos cierta cantidad de aminoácidos con los cuales puede desarrollar cierto grupo de proteínas sin embargo existen un grupo finito de aminoácidos que el cuerpo no puede sintetizar y por lo tanto su adición mediante el consumo de sustancias que no contengan en la dieta.

Una de las maneras más apropiadas para adquirir compuestos nitrogenados y esenciales mediante el consumo de proteínas de origen animal. La carne de pollo es una buena fuente de proteína además se considera como una fuente de proteínas limpias debido a su bajo contenido de lípidos lo cual resulta ser altamente benéfico para la salud.

### **Valor nutricional del pollo**

El pollo tiene un valor calórico de 145 kilocalorías por una porción comestible de 100 gramos (con piel).

Tal y como desglosa la Fundación Española de Nutrición y Fedecarne en su guía nutricional de la carne, en 100 gramos de pollo el 70,3% es agua, el 9,7% son lípidos o grasas y el 20% proteínas. Por ello, las proteínas, sin contar el agua es el macronutriente más destacado en la composición nutricional del pollo.

Una de las ventajas de la carne de pollo es que la grasa es muy visible, por ello, si se retiran partes como la piel, el valor calórico de la pieza será menor. El pollo tiene también un contenido destacable en fósforo (mineral presente en huesos y dientes), selenio (con acción antioxidante) y contiene vitaminas como la B3 y la vitamina B6.

## Carne de cerdo



**Gráfico 3-3:** Carne de cerdo

**Fuente:** Empresa Gran Feria De Carnes “Don Sebitas

**Elaborado por:** Kathy Salazar

Para (Villarino, 2013) en su artículo manifiesta:

Conocida y apreciada a nivel mundial la carne de cerdo es una fuente de proteína animal reconocida por su versatilidad en cuanto a las preparaciones gastronómicas. Esto se debe a que la carne de cerdo no solamente se limita a la parte proteica que ofrece la musculatura del Porcino sino que se trata de diferentes productos de las diferentes partes del cuerpo del animal.

Esto quiere decir que la carne de cerdo posee según el corte que se utiliza diversas características desde el punto de vista físico y organoléptico hasta nutricional. Sin embargo, la carne de cerdo ha sido considerada desde hace años como una rica fuente de nutrientes para la dieta humana.

Históricamente el cerdo ha sido uno de los animales que se ha logrado domesticar con mayor facilidad y por lo tanto desde tiempos antiguos la cría y el consumo de carne de cerdo se ha visto popularizado a nivel mundial debido a que se trata de un animal que puede vivir en climas subtropicales con características de regiones cálidas o templadas lo cual hace que se pueda distribuir perfectamente en un amplio Rango de lugares a nivel mundial.

### Propiedades

El cerdo es uno de los productos animales distribuidos con mayor popularidad en el mundo debido a que se trata de un animal del cual se aprovecha absolutamente toda su masa corporal. Es decir que no sólo la carne proveniente de los músculos del cerdo se utiliza como alimento, sino que la piel, vísceras, grasa y tejidos conectivos en las articulaciones son utilizados como preparación de diferentes platillos según las tradiciones de algunas regiones.



Ciertamente se trata de un elemento alimenticio con altas propiedades culinarias lo cual favorece la distribución universal de este alimento ya que existe una inmensa variedad de preparaciones que pueden integrar la carne de cerdo o cierta porción de este animal como parte de las composiciones culinarias.

En este sentido se habla de la carne de cerdo como unos ingredientes altamente versátiles Y que además posee grandes propiedades nutricionales debido a su composición estructural y nutricional. La carne de cerdo está constituida por un elevado porcentaje de proteínas de alto valor biológico y de alimentos lipídicos por esta razón esta carne es considerada como un producto altamente calórico y energético que lejos y le proporciona al cuerpo un alto aporte calórico para que esté obtenga energía para llevar a cabo sus funciones metabólicas.

Por otro lado, del alto contenido de proteínas de elevado valor biológico ofrece una gran gama de aminoácidos esenciales y no esenciales indispensables para la formación de nuevas proteínas que será útil para la regeneración de nuevos tejidos y la creación de nuevas líneas celulares.

El contenido proteico de la carne de cerdo ayuda a estimular la formación del tejido muscular del cuerpo ayudando a crear masa magra en las personas. Es un mito establecer o decretar que la carne de cerdo es dañina por su alto contenido de elementos lipídicos.

Por el contrario, las proporciones de las grasas saturadas e insaturadas reflejan una relación positiva para el ser humano debido a que el contenido graso de la carne de cerdo está constituido por una elevada proporción de ácidos grasos saturados monoinsaturados e insaturados los cuales representan grandes beneficios para la salud humana Y a qué estimula el metabolismo lipídico favoreciendo la digestión de las grasas y evitando que las mismas se acumulen en el organismo.

La carne de cerdo posee cierta propiedad como componente antianémico ya que tienen elevado contenido de minerales como el hierro zinc magnesio cobre y vitaminas del complejo B que favorecen la regeneración del tejido sanguíneo estimulando la producción de glóbulos rojos y hemoglobina indispensables para el transporte del oxígeno en la sangre, con lo cual se evita la aparición de la anemia.

### **Valor nutricional**

La carne de cerdo es una fuente de proteína de origen animal y beneficia en gran medida a las personas debido a que la mayoría de estas proteínas que constituyen elementos de elevado valor biológico. Esto quiere decir que estas proteínas son ampliamente utilizadas por el organismo para la generación los tejidos y proteínas funcionales en el cuerpo humano.

Así como las proteínas la carne de cerdo posee una gran cantidad de elementos nutricionales importantes para el mantenimiento de la actividad metabólica del organismo. Cabe destacar que según el tipo de carne o el corte que se consumen del cerdo los nutrientes van a variar en proporción.

Sin embargo, de manera general se puede decir que la composición nutricional de la carne de cerdo se caracteriza por tener un elevado porcentaje de macromoléculas las cuales son utilizadas como fuentes de energía y aportan los componentes calóricos este alimento. En este sentido se puede decir que de manera general la carne magra de cerdo posee aproximadamente 19 gramos de proteínas por cada 100 gramos consumidos de este alimento.

Cómo se ha dicho anteriormente se trata de proteínas de elevado valor biológico por lo tanto implica un aporte importante de elementos nitrogenados que sirven para la formación de nuevas proteínas que el organismo utiliza para cumplir sus funciones. Por otro lado, la carne de cerdo lo es aproximadamente de gramos de elementos grasos.

Esto quiere decir que el aporte calórico se basa principalmente en el contenido de lípidos que tiene dicha carne y por lo tanto debe tomarse en cuenta si se está llevando a cabo un régimen alimenticio en el cual se pretende evitar el consumo de elementos altamente calóricos.

Este tipo de grasas está descrito como un grupo de elementos lipídicos constituidos principalmente por ácidos grasos saturados e insaturados, siendo estos últimos unas especies de ácidos grasos que aportan beneficios a la salud humana recientemente estudiados como nutrientes que benefician a las personas.

Desde el punto de vista de los azúcares la carne magra de cerdo posee un aporte muy bajo en cuanto al contenido de carbohidratos cual hace que esta molécula sea aparentemente inexistente en este alimento. En cuanto a la cantidad de micronutrientes los cortes de carne de cerdo poseen un elevado porcentaje de vitaminas y minerales que aportan a la dieta diaria una buena proporción de estos componentes indispensables para el desarrollo equilibrado de las funciones orgánicas.

La carne de cerdo de manera general puede contener diversos minerales como el sodio, potasio, calcio, fósforo, magnesio, hierro, zinc, cobre entre otros elementos metálicos que pueden ser ingeridos en la dieta del animal y posteriormente se acumula en los tejidos del mismo.

Otro lado la carne de cerdo es rica en distintas vitaminas como por ejemplo la vitamina A, la vitamina E y la vitamina C, vitaminas del complejo B como la B1, b2, B3, b6 y B12 que en conjunto con las demás ayudan al mantenimiento equilibrado del metabolismo del ser humano.

### **3.1.6. *Presentación del producto***

Los alimentos destinados al consumo humano y, primordialmente, los frescos pasan por varias etapas de manipulación antes de llegar a la mesa del consumidor. Por lo anterior, si no se aplica un método de conservación de acuerdo con las características y condiciones del producto, la vida útil de éste puede disminuirse considerablemente o ser un medio de infecciones o intoxicaciones microbianas.

Uno de los métodos de preservación más eficientes es la utilización de los empaques en diferentes modalidades, que cumplen con la función de conservar, proteger y mantener la integridad y calidad del producto, al evitar la contaminación química y microbiana durante el manejo o almacenamiento. Permite además que los alimentos sean manipulados con mayor facilidad durante el proceso de comercialización (mayoreo y detalle) como en el hogar del consumidor. El empackado de los alimentos es, por tanto, un aspecto que se debe tomar en cuenta para satisfacer las expectativas de calidad que demandan los consumidores (Fernández, 2000)

Los productos cárnicos se ubican dentro de los más fáciles de descomposición por ser un medio ideal de cultivo para microorganismos (patógenos y deteriorantes) (Ercolini et al., 2006; Villada et al., 2006). Uno de los aspectos más importantes es mantener la calidad e inocuidad, de tal forma que el consumidor tenga la garantía de que al ingerir ese alimento su salud no se verá afectada. Dentro de las características deseables por el consumidor, y que marcan la decisión de compra del producto, se encuentran la frescura y el color rojo estable y brillante de la superficie de la carne.

Para alcanzar lo anterior y preservar la calidad es importante considerar el empaque y el material de éste, ya que existe influencia parcial de las propiedades de los materiales de fabricación. Dentro de la tecnología más utilizada para el empaque de carnes frescas y productos cárnicos se encuentran las películas permeables y semipermeables al aire y otros gases, el empaque al vacío y en atmósfera modificadas (Berger, 2010)



**Figura 2-3:** Empaque para la carne

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Kathy Salazar

Al momento que el cliente elige el producto se empaca en fundas que llevan el slogan y logotipo de la Empresa Gran Feria de Carnes “Don Sebitas”.



**Figura 3-3:** Fundas Publicitarias


Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Kathy Salazar



### 3.1.7. Productos que se ofrecen al mercado


**Tabla 10-3:** Productos derivados del cerdo

CARNE DE CERDO	
Patas de chanco	
Cuero	
Chuleta pierna de chanco	
Pulpa de chanco	
Costilla de chanco	
Carne molida de chanco	
Chuleta lomo de chanco	
Orejas de cerdo	

**Fuente:** Empresa Gran Feria De Carnes “Don Sebitas

**Elaborado por:** Kathy Salazar


**Tabla 11-3:** Productos derivados del pollo

CARNE DE POLLO	
Mollejas	
Alas de pollo	
Pechugas de pollo	
Muslo / piernas de pollo	
Menudencia de pollo	
Pollo	
Espaldillas de pollo	

**Fuente:** Empresa Gran Feria De Carnes “Don Sebitas

**Elaborado por:** Kathy Salazar

**Tabla 12-3:** Productos derivados de la res

CARNE DE RES	
Reses	
Lomo fino	
Lomo de falda	
Pulpa de res	
Suave y hueso	
Costilla de res	
Chuleta de res	
Carne molida res	
Desperdicio	
Guata fresca	
Higado	
Corazon	
Lengua	
Patas de res	
Carne estofado	
Carne fileteada	
Hueso de res	
Librillo	
Salon	
Punta de cadera	

Continua


Continúa

Riñones	
Tibon	
Lomo ancho	

Fuente: Empresa Gran FERIA De Carnes “Don Sebitas

Elaborado por: Kathy Salazar

**Tabla 13-3:** Embutidos

EMBUTIDOS	
Botón de pollo	
Botón de carne	
Botón de cerdo picante	
Botón paísa	
Choricillo paísa blanco	
Choricillo paísa rojo	
Chorizo	
Salchicha de carne	
Salchicha de pollo	
Mortadela	
Jamón	
Botón negro	
Tocino	

Fuente: Empresa Gran FERIA De Carnes “Don Sebitas

Elaborado por: Kathy Salazar

### 3.1.8. Análisis del precio

El Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP) estableció el precio oficial que se debe pagar por la carne que se ofrece en el mercado ecuatoriano, lo cual será respetado por la sucursal al vender estos productos.

**Tabla 14-3:** Lista de precios de carne

LISTA OFICIAL DE LA CARNE POR LIBRAS	
<b>CERDO</b>	
Pura y chuleta de cerdo	USD 2.70
Costilla de cerdo	USD 2.40
Hueso, pata y cabeza de chancho	USD 2.00
<b>POLLO</b>	
Pollo en libra	USD 1.25

Continúa

Continúa

RES	
Libra de pura	USD 2,60
Libra de hueso	USD 1,50

**Fuente:** Empresa Gran Feria De Carnes “Don Sebitas

**Elaborado por:** Kathy Salazar

Además, se considera la pregunta n°6 de la encuesta donde el 55% de los hogares encuestados manifiestan que gasta un aproximado de 5 dólares diarios en la compra de sus cárnicos, mientras que el 64% de los negocios gastan más de 11 dólares diarios en cárnicos.

### 3.1.9. Análisis de marketing y ventas

Considerando la pregunta n°9 de la encuesta los medios publicitarios que se utilizarán en el presente proyecto serán:

**Tabla 15-3:** Medios publicitarios aceptados por los encuestados

DETALLE	HOGARES		NEGOCIO	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Correo electrónico	54	14%	14	7%
Mensaje de texto	25	7%	11	5%
Página web de la empresa	67	18%	45	21%
Redes sociales	131	35%	94	44%
Gigantografías	98	26%	48	23%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a hogares y negocios.

**Elaborado por:** Kathy Salazar

#### 3.1.9.1. Redes sociales

**Conceptualización:** Dentro de los planes de marketing digital, la publicidad en redes sociales es uno de los recursos más poderosos para conseguir nuestros resultados de negocio. Hoy en día, esta solución publicitaria se adapta a todo tipo de empresas, de presupuestos y de necesidades. (Gañan , 2018)

**Propuesta:** Difundir la marca de la empresa y sus principales productos a través de Facebook y WhatsApp, así como también descuentos y promociones para los principales clientes.





**Figura 4-3:** Publicidad en Facebook

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Kathy Salazar

**Tabla 16-3:** Presupuesto Facebook

ESTRATEGIA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL ANUAL	MEDIO DE VERIFICACIÓN
Publicidad en Facebook 2 veces al día por un año. (Aproximadamente 0,50 ctv de internet por las 2 veces al día)	0,50*5= 2,50 semanal	\$ 120,00	Sondeo de opinión
<b>Total</b>	-	<b>\$ 120,00</b>	-

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Kathy Salazar



### 3.1.9.2. Gigantografías



**Figura 5-3:** Modelo de gigantografía

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Kathy Salazar

**Conceptualización:** En diseño se le llama gigantografía a formatos de gran tamaño que normalmente se usan en aplicaciones de publicidad para exteriores, ya sea en vayas, MUPIS, lonas o billboards. En general, cualquier elemento que supere los 100×70 centímetros podrían considerarse como una gigantografía. (Trama, 2016)

**Propuesta:** Ubicar gigantografías en la carretera principal del cantón Salcedo, en mercados de la localidad y en el centro del cantón, en las que se da a conocer la variedad de productos que ofrece la Empresa Gran FERIA de Carnes “Don Sebitas”.

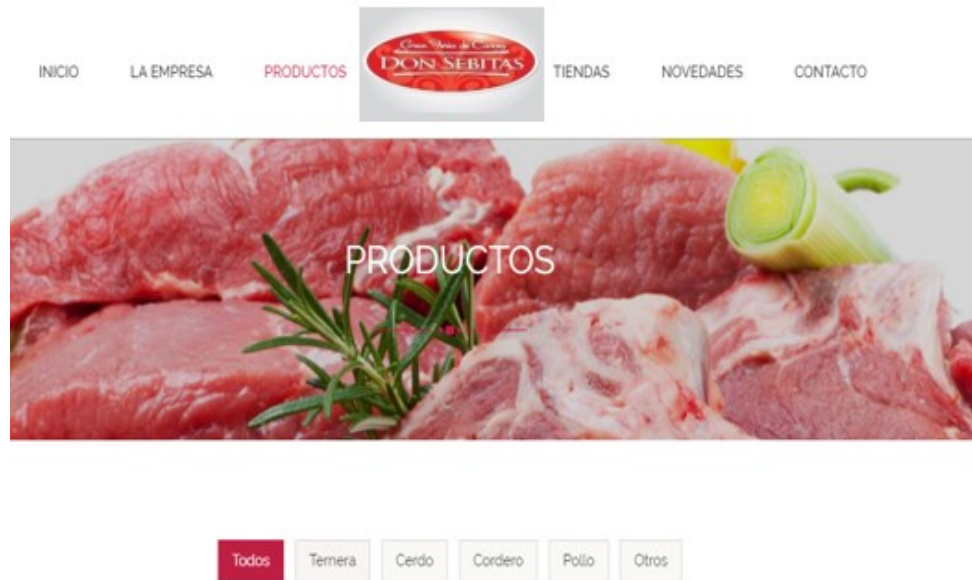
**Tabla 17-3:** Presupuesto de gigantografía

ESTRATEGIA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	MEDIO DE VERIFICACIÓN
Gigantografías estará ubicadas en la carretera principal, en mercados y en el centro del cantón. (Se realizará 6 gigantografías de 3metros)	\$8,00 cada metro \$24,00 cada una	\$ 144,00	Sondeo de opinión.
<b>Total</b>	-	<b>\$ 144,00</b>	-

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Kathy Salazar

### 3.1.9.3. Página web



**Figura 6-3:** Pagina web

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Kathy Salazar

**Conceptualización:** Sin duda alguna una página Web, es un complemento de mucha importancia para toda empresa que piensa en el progreso y que busca extenderse utilizando como medio principal esta potente herramienta que va en crecimiento cada día más, como lo es La Internet. En definitiva, una página Web, es como tener una sucursal u oficina de nuestra empresa abierta al público en general las 24 horas y 365 días al año ofreciendo información importante a clientes potenciales que buscan lo que ofrecemos sin importar en qué lugar del mundo se encuentren, ya que su empresa será mundialmente conocida. (Rogan, 2017)

**Propuesta:** Diseñar una página web donde podemos colocar toda la información que deseamos distribuida en diferentes secciones incluyendo imágenes de nuestros productos y servicios incluso en movimiento, disponible todos los días a cualquier hora y no solo localmente ya que son millones de personas las que navegan a nivel MUNDIAL en La Internet día a día buscando en su mayoría un único propósito: Información acerca de algo que les interesa y que usted y su empresa posiblemente ofrecen.

**Tabla 18-3:** Presupuesto Página web

ESTRATEGIA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	MEDIO DE VERIFICACIÓN
Elaboración de página web licencia por 1 año.	\$ 250,00	\$ 250,00	Encuesta
<b>Total</b>	-	<b>\$ 250,00</b>	-

Fuente: Estudio de Mercado

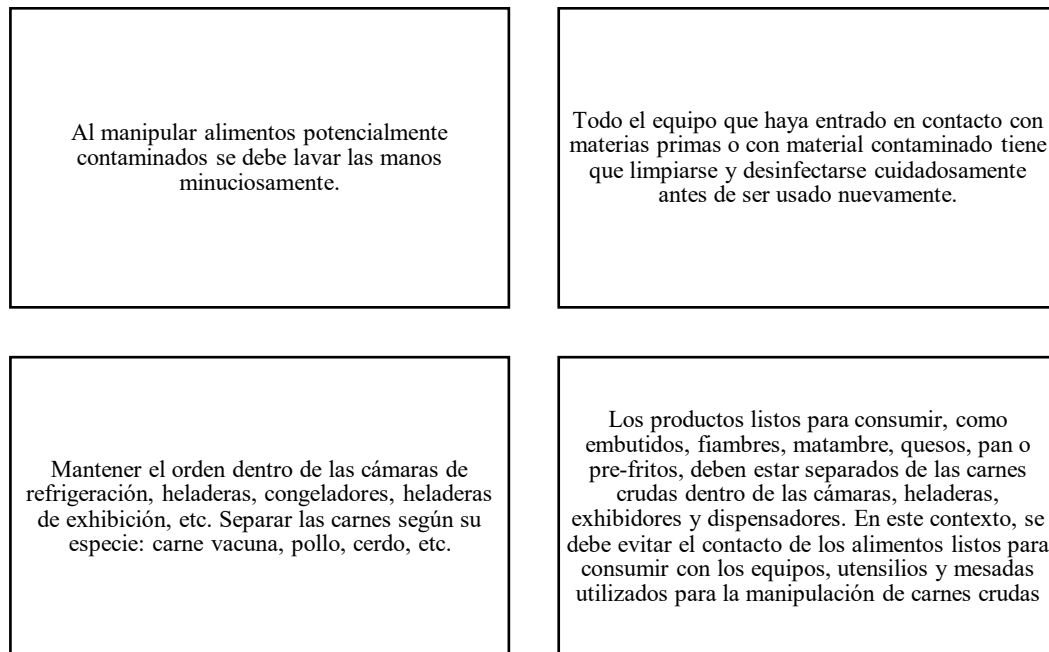
Elaborado por: Kathy Salazar

### **3.1.10. Análisis de distribución**

La correcta rotación de las materias primas consiste en aplicar el principio de “lo primero que entra, es lo primero que sale”. Este procedimiento se hace, registrando en cada producto, la fecha en que fue recibido o preparado. El manipulador almacenará los productos con la fecha de vencimiento más próxima, delante o arriba de aquellos productos con fecha de vencimiento más lejana. Esto no sólo permite hacer una buena rotación de los productos, sino descartar productos con fecha vencida. Una vez recibida la materia prima, se deben mantener las carnes en cámaras o heladeras en todo momento, a una temperatura menor o igual a 5° C para evitar el crecimiento y la multiplicación de las bacterias.

Se evita la contaminación cruzada durante el almacenamiento. Las bacterias pueden pasar de un alimento a otro por contacto directo, o bien a través de las superficies en contacto con los mismos. La contaminación cruzada es la que se produce cuando un proceso o producto o materia prima pueden ser contaminantes de otro proceso, producto o materia prima. Por ejemplo, el almacenamiento de materia prima y producto elaborado en una misma cámara.

Para prevenir la contaminación cruzada se evitar el contacto directo o indirecto con material contaminado.



**Figura 7-3:** Prevención de contaminación cruzada

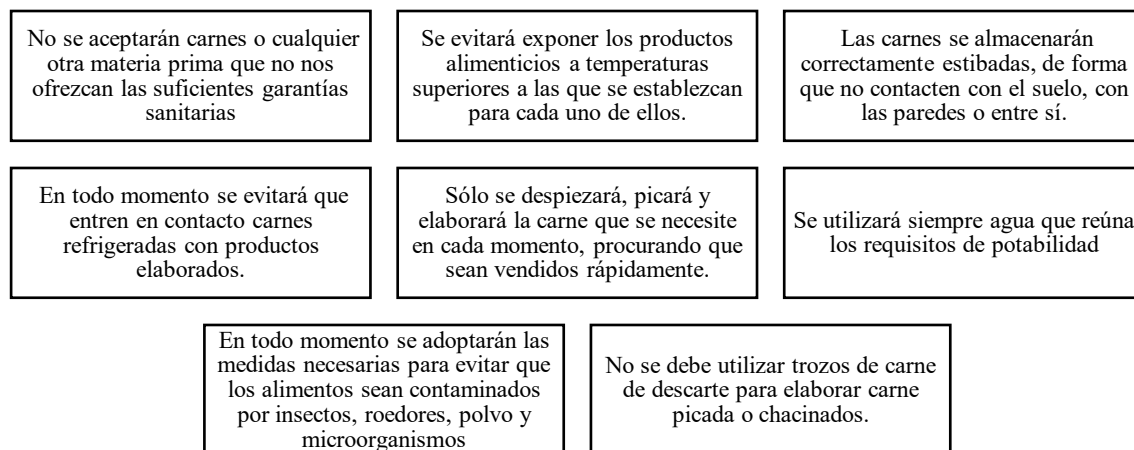
**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Kathy Salazar

Las variaciones de temperatura durante el almacenamiento deben ser mínimas. Para esto, no se deben abrir las puertas de las heladeras constantemente y se debe minimizar el tiempo que la puerta permanece abierta. De esta manera se mantiene la temperatura apropiada y se ahorra energía. Tampoco se deben recargar los refrigeradores porque dificulta la limpieza y obstaculiza la circulación de aire frío. Se debe evitar la obstrucción de los ventiladores.

- La carne molida debe ser procesada en el momento de expendio ante el pedido del cliente. En este punto debemos considerar que la picadora debe estar limpia y desinfectada. ► En aquellos casos en que se pique carne a granel, se debe evitar el almacenamiento y disminuir al mínimo posible el tiempo que transcurre entre el picado y la venta del producto. En todos los casos, al terminar la jornada, se debe desechar la carne picada que no se haya comercializado durante el día. Bajo ninguna circunstancia se puede conservar la carne sobrante para el día siguiente.
- Todo producto o resto de producto que cae al piso debe ser desechado, como así también todo resto de producto retenido en las máquinas picadoras o en la sierra. Estos restos deben ser considerados basura y como tal ser arrojados a la bolsa de residuos. Nunca deben ser colocados sobre las mesadas ni incorporados a los productos que sí se encuentran en condiciones porque constituyen una fuente de contaminación de alto riesgo.

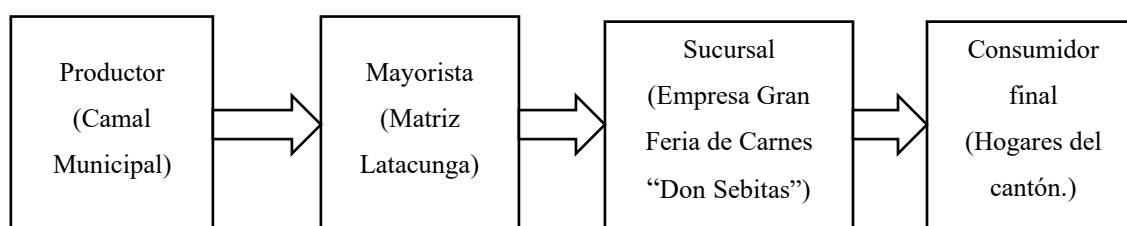
**Además de la correcta higiene de los manipuladores y el seguimiento de buenas prácticas de higiene, el manipulador aplicara lo siguiente:**



**Figura 8-3:** Prácticas de higiene

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Kathy Salazar

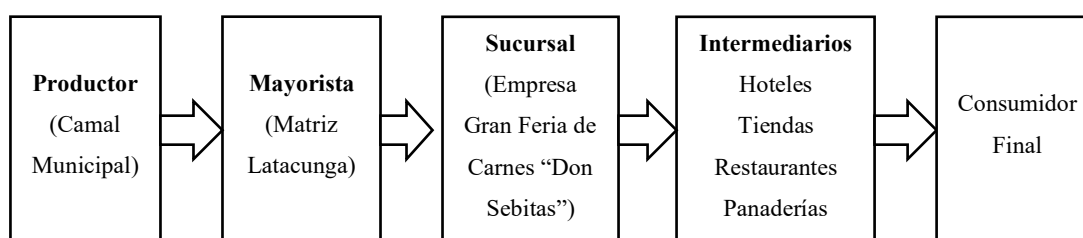


**Figura 9-3:** Canales de Distribución a hogares

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Kathy Salazar

A través del Camal Municipal del cantón se obtiene la carne de res y de cerdo, la carne de pollo se adquiere en centros de acopio de la localidad, luego los cárnicos son exhibidos en el local para elección de los clientes (hogares) y su posterior adquisición.



**Figura 10-3:** Canales de distribución a negocios

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Kathy Salazar

A través del Camal Municipal del cantón se obtiene la carne de res y de cerdo, la carne de pollo se adquiere en centros de acopio de la localidad, luego los cárnicos son exhibidos en el local para elección del cliente (Negocios). En los negocios existen dos tipos de clientes los consumidores finales y los intermediarios.

### 3.2. Estudio Técnico

#### 3.2.1. Macro localización

##### 3.2.1.1. Provincia de Cotopaxi



**Figura 11-3:** Provincia de Cotopaxi

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Kathy Salazar

Según (PDOT, Plan de Ordenamiento Territorial Cotopaxi, 2015) argumenta que:

La Provincia de Cotopaxi se halla localizada en la región interandina norte, y se caracteriza por la presencia de una actividad volcánica antigua y reciente que se ha superpuesto sobre el macizo montañoso de los Andes, como resultado de los diversos procesos geológicos. Los paisajes que se presentan en la Provincia de Cotopaxi están directamente relacionados con la Cordillera de los Andes y su proceso evolutivo a través de los años. Hay tres formas bien diferenciadas o grandes paisajes: la Cordillera Occidental, la Depresión o Valle Interandino y la Cordillera Oriental. Sobre estos grandes paisajes han actuado acciones geológicas, volcánicas, climáticas y antrópicas que han dado lugar a procesos volcánicos, glaciares, coluviales y aluviales que dibujan el actual, particular y diverso paisaje del territorio de Cotopaxi.

#### Estructura productiva

La estructura económica de la Provincia de Cotopaxi se analiza a partir del Valor Agregado Bruto (VAB), que constituye los valores que se agregan a los bienes y servicios en las distintas etapas del proceso productivo, a partir de este valor se obtiene el PIB luego de añadirle al valor agregado del país los impuestos indirectos que gravan las operaciones de producción. Según información del Banco Central del Ecuador al año 2010 el VAB de Cotopaxi fue de 1.173.896 miles de dólares, en donde el sector terciario aporta con el 52,04%, el sector primario con el 27,74%, el y el 20,23% correspondiente al sector secundario.

VALOR AGREGADO BRUTO POR RAMA DE ACTIVIDAD					
SECTOR	Nº	Rama de actividad (Primer nivel)	Total	% Aporte VAB por rama de actividad	% Aporte VAB por sector
PRIMARIO	1	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	325.080,33	27,69	27,74
	2	Explotación de minas y canteras	500,04	0,04	
SECUNDARIO	3	Industrias manufactureras	69.471,04	5,92	20,23
	4	Suministro de electricidad y de agua	6.978,38	0,59	
	5	Construcción	161.028,81	13,72	
TERCIARIO	6	Comercio al por mayor y menor	131.068,06	11,17	52,04
	7	Actividades de alojamiento y servicio de comidas	4.846,56	0,41	
	8	Transporte, información y comunicación	169.733,68	14,46	
	9	Actividades financieras y de seguros	21.451,54	1,83	
	10	Actividades profesionales e inmobiliarias	27.047,47	2,30	
	11	Administración pública y defensa	99.770,23	8,50	
	12	Enseñanza	104.846,49	8,93	
	13	Actividades de la atención de la salud humana	38.528,36	3,28	
	14	Otras actividades de servicios	13.545,16	1,15	
ECONOMÍA TOTAL			1.173.896,17		100%

**Figura 12-3:** Valor agregado bruto por rama de actividad

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2010

Elaborado por: Equipo PDYOT actualización 2015

Valor Agregado Bruto por cantones y rama de actividad económica Analizando el VAB a nivel cantonal se determina que el Cantón Latacunga es el que mayor Valor Agregado Bruto genera en el 62,02%, concentrado principalmente en actividades de agricultura, ganadería, silvicultura, pesca, transporte y comercio al por mayor y menor, el resto de los cantones tienen un aporte en menor escala, así el cantón Salcedo aporta con el 13,12, Pujilí el 8,80%, La Maná el 6,42%, Saquisilí el 3,38% y Sigchos con el 2,63%.

SECTOR	N°	Rama de actividad (Primer nivel)	Latacunga (Miles de dólares)	Salcedo (Miles de dólares)	Saquisilí (Miles de dólares)	Pujilí (Miles de dólares)	Pangua (Miles de dólares)	La Maná (Miles de dólares)	Sigchos (Miles de dólares)	Total
PRIMARIO	1	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	173.826	61.128	4.863	30.678	23.182	22.841	8.563	325.080
	2	Explotación de minas y canteras	500	0	0	0	0	0	0	500
SECUNDARIO	3	Industrias manufactureras	55.755	10.392	2.751	17	283	226	46	69.471
	4	Suministro de electricidad y de agua	2.567	181	8	327	114	3.772	10	6.978
	5	Construcción	87.300	33.623	5.503	23.170	1.622	6.789	3.023	161.029
TERCIARIO	6	Comercio al por mayor y menor	106.915	5.408	6.783	3.998	813	6.606	545	131.068
	7	Actividades de alojamiento y servicio de comidas	4.159	347	74	28	0	190	48	4.847
	8	Transporte, información y comunicación	107.911	13.753	9.181	14.080	5.536	10.036	9.237	169.734
	9	Actividades financieras y de seguros	16.863	2.405	443	434	41	1.267	0	21.452
	10	Actividades profesionales e inmobiliarias	21.766	2.491	545	317	15	1.268	646	27.047
	11	Administración pública y defensa	70.950	7.261	3.798	7.416	3.887	3.674	2.784	99.770
	12	Enseñanza	47.991	12.118	5.413	16.940	5.708	10.946	5.730	104.846
	13	Actividades de la atención de la salud humana	24.067	3.183	0	4.275	1.364	5.639	0	38.528
	14	Otras actividades de servicios	7.517	1.767	291	1.629	22	2.069	250	13.545
<b>ECONOMIA TOTAL</b>			728.085,53	154.057,19	39.652,99	103.310,00	42.586,07	75.323,28	30.881,11	1.173.896
<b>APORTE VAB POR CANTONES</b>			62,02	13,12	3,38	8,80	3,63	6,42	2,63	100,00

**Figura 13-3: Valor agregado bruto por cantones**

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2010

Elaborado por: Equipo PDYOT actualización 2015

Principales actividades económico-productivas del territorio según participación en el VAB y PEA provincial A continuación se analiza la relación existente entre el Valor Agregado Bruto (VAB) y la Población Económicamente Activa (PEA) por sectores de la economía, de lo que se desprende lo siguiente: El 43,21% de la PEA pertenece al sector primario, el 35,19% al sector terciario y el 21,60 % al sector secundario, lo que demuestra la potencialidad de la Provincia en la generación de empleo en actividades del sector primario, así también la especialización en servicios específicos del sector terciario y un menor número de población en actividades del sector secundario.

La relación VAB-PEA determina que el sector terciario es el que mayor VAB genera con el 52,04%, y una PEA del 35,19%, siendo este un valor intermedio entre la PEA del sector primario y secundario, seguido del sector primario con un VAB del 27,74% y una PEA del 43,21%, siendo ésta superior a la del sector terciario y el sector secundario con un VAB del 20,23% y una PEA de 21,60%, siendo este el menor porcentaje. Las tres principales actividades económicas de Cotopaxi en función de la PEA son en el sector primario las actividades de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, en el sector secundario las industrias manufactureras y en el sector terciario las actividades de comercio al por mayor y menor. Las tres principales actividades económicas de Cotopaxi en función del VAB generado son en el sector primario las actividades de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, en el sector secundario las actividades de construcción y en el sector terciario las actividades de transporte, información y comunicación.



VALOR AGREGADO BRUTO PROVINCIAL Y SU RELACIÓN CON LA PEA PROVINCIAL								
SECTOR	Nº	Rama de actividad (Primer nivel)	VAB POR RAMA ACTIVIDAD	VAB POR SECTOR	% VAB POR SECTOR	PEA	PEA POR SECTOR	% PEA SECTOR
PRIMARIO	1	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	325.080	325.580	27,74	74.376	74798	43,21
	2	Explotación de minas y canteras	500			422		
SECUNDARIO	3	Industrias manufactureras	69.471	237.478	20,23	25.525	37382	21,60
	4	Suministro de electricidad y de agua	6.978			776		
	5	Construcción	161.029			11.081		
TERCIARIO	6	Comercio al por mayor y menor	131.068	610.838	52,04	18.693	60914	35,19
	7	Actividades de alojamiento y servicio de comidas	4.847			3.939		
	8	Transporte, información y comunicación	169.734			9.007		
	9	Actividades financieras y de seguros	21.452			819		
	10	Actividades profesionales e inmobiliarias	27.047			3.091		
	11	Administración pública y defensa	99.770			6.827		
	12	Enseñanza	104.846			7.479		
	13	Actividades de la atención de la salud humana	38.528			2.460		
	14	Otras actividades de servicios	13.545			8.599		
ECONOMÍA TOTAL			1.173.896	1.173.896	100%	173.094	173.094	100%

**Figura 14-3: VAB y su relación con la PEA**

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2010 / INEC, 2010

Elaborado por: Equipo PDYOT actualización 2015

## Clima

El clima es templado y frío con una temperatura media anual entre 12°C. y 18°C y una precipitación anual de 500 a 1 000mm.

## Flora

El cantón está conformado por vegetación arbustiva y herbácea, asociada al pajonal. La vegetación arbustiva es caracterizada por especies vegetales como romerillo de páramo, chuquiragua, puliza, pisag, mortiño, orejas de conejo, cacho de venado, amor sacha, genciana, cashpachina, achicoria amarilla, achupalla y demás arbustos que le dan vida a este lugar. El estrato herbáceo está compuesto por diferentes especies de almohadilla y pajonal.

## Fauna

Si es buen observador podrá encontrar huellas de lobos de páramo e incluso de conejos que habitan en la zona. Exclusivamente se puede observar aves de bosque en la parte más alta: como gralarias, mirlos, curiquingues, conejos y lobos de páramo y la evidencia de los hábitos alimenticios del oso de anteojos.

## Desarrollo económico

La principal fuente de ingresos económicos de los habitantes del cantón Salcedo, es el comercio, la actividad agrícola y ganadera, con sus principales productos: patatas, maíz, cebolla, arvejas, habas, brócoli, flores, la producción de leche y sus derivados.

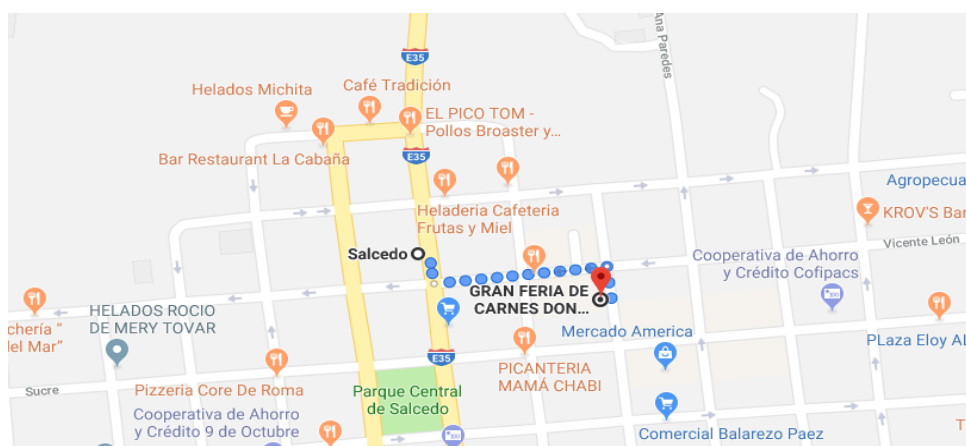
### 3.2.1.2. Microlocalización

## Cantón Salcedo

(PDOT, Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Salcedo, 2014) argumenta lo siguiente:

Salcedo, es un lugar privilegiado por encontrarse ubicado sobre los antiguos asentamientos de los Panzaleos, por tal motivo la cultura continúa manteniéndose esencialmente aborigen, la fisonomía que presenta es verdaderamente hermosa al contemplar pequeñas elevaciones del cual nuestros ojos se deleitan con gracia y colorido, la naturaleza misma le ha concedido estas hermosas pinceladas caprichosamente talladas donde predominan los páramos, picachos y en la parte central los valles, llanuras y mesetas. Este cantón es muy famoso por sus helados multicolores y la elaboración de pinol (harina de cebada tostada con raspadura molida, canela y otras especias), por lo que han sido reconocidos a nivel nacional e internacional. Se encuentra ubicado en el corazón del país al sur oriente de la provincia de Cotopaxi.

### 3.2.2. localización optima



**Figura 15-3:** Ubicación google maps

Fuente: Google maps

Elaborado por: Kathy Salazar

El local comercial se ubicará en las calles Sucre y Padre Salcedo en el centro del Cantón Salcedo, el lugar cuenta con todos los servicios básicos, de seguridad y accesibilidad vial para facilitar la movilidad de los clientes. La sucursal de carne estará ubicada en un sitio estratégico donde existe mayor afluencia de personas que pueden adquirir con facilidad el producto.

### 3.2.3. Factores de localización y su ponderación

Los factores que influyen más comúnmente en la decisión de localización de este tipo de proyectos son:

**Tabla 19-3:** Factores

Factores principales a considerar	Factores secundarios
<ul style="list-style-type: none"><li>• Impacto ambiental</li><li>• Energía</li><li>• Agua y Drenaje</li><li>• Vías de Comunicación</li><li>• Materia Prima</li><li>• Mercado</li><li>• Clima</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Transporte</li><li>• Mano de obra</li><li>• Leyes regulatorias</li><li>• Características del terreno</li><li>• Peligro de incendios e inundaciones</li></ul>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Kathy Salazar

Método cuantitativo por puntos:

Una vez definido los principales factores determinantes para la localización del proyecto, se asignó valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia. El peso relativo sobre la base de una suma igual a uno, depende fuertemente del criterio y experiencia del evaluador. Al comparar dos o más localizaciones opcionales, se procede a asignar una calificación a cada factor en una localización de acuerdo con una escala predeterminada como por ejemplo de cero a diez. La suma de las calificaciones ponderadas permitió seleccionar la localización de mayor puntaje.

Para una decisión entre tres cantones, en el siguiente cuadro tenemos los factores considerados relevantes para el proyecto, que nos permite una comparación cuantitativa de las diferentes zonas. Para determinar la localización óptima se ha realizado la metodología del peso ponderado que consiste en analizar los factores más determinantes, dándole un peso de acuerdo a la importancia del factor, así mismo se da una calificación de acuerdo a las características de la zona del 1 al 10; multiplicado el peso con la calificación y con la respectiva suma, se obtiene un índice que nos permitió elegir la ubicación con mayor precisión. (Corrillo & Quiroga, 2015).

**Tabla 20-3:** Factores de Localización

FACTORES PRINCIPALES	PESO	SALCEDO	TOTAL	PESO	PUJILÍ	TOTAL	PESO	SAQUISILÍ	TOTAL
<b>FACTORES PRIMARIOS</b>									
Impacto ambiental	0,08	9	0,67	0,08	6	0,50	0,08	8	0,67
Energía	0,08	10	0,75	0,08	5	0,42	0,08	6	0,50
Agua y Drenaje	0,08	9	0,67	0,08	5	0,42	0,08	5	0,42
Vías de Comunicación	0,08	10	0,75	0,08	4	0,33	0,08	7	0,58
Materia Prima	0,08	10	0,83	0,08	8	0,67	0,08	6	0,50
Mercado	0,08	10	0,83	0,08	7	0,58	0,08	4	0,33
Clima	0,08	9	0,75	0,08	9	0,75	0,08	9	0,75
<b>FACTORES SECUNDARIOS</b>									
Transporte	0,08	10	0,83	0,08	6	0,50	0,08	6	0,04
Mano de obra	0,08	9	0,67	0,08	5	0,42	0,08	6	0,03
Leyes regulatorias	0,08	10	0,67	0,08	8	0,67	0,08	8	0,06
Características del terreno	0,08	10	0,83	0,08	8	0,67	0,08	7	0,06
Peligro de incendios e inundaciones	0,08	2	0,17	0,08	6	0,50	0,08	8	0,04
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>101</b>	<b>8,42</b>	<b>1</b>	<b>77</b>	<b>6,42</b>	<b>1</b>	<b>74</b>	<b>3,98</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Kathy Salazar

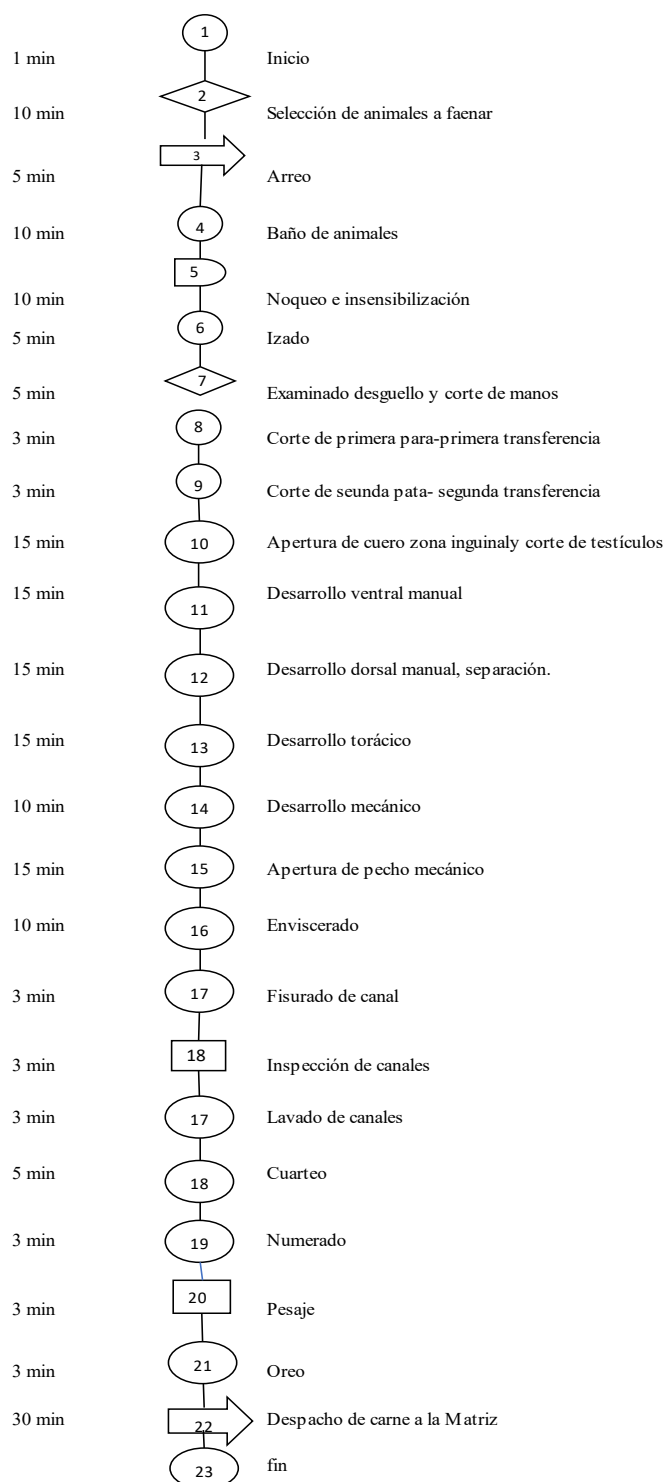
**Análisis:** Para conocer la localización óptima del proyecto se realiza un análisis de ponderación de factores principales y secundarios que permitan elegir el cantón con mayor factibilidad para implementar el proyecto, para lo cual se comparó tres cantones Salcedo, Pujilí y Saquisilí obteniendo un resultado alto de 8,42 perteneciente al Cantón Salcedo, lo que indica la viabilidad de la ejecución de la empresa en este sector.

### **3.2.4. Proceso de Producción**

#### **3.2.4.1. Proceso de faenamiento**

1. Recepción de animales: Consiste en desplazar el animal a través de los pasillos y corrales hasta el área de pesaje.
2. Inspección ante – mortem: Esta es realizada por un médico veterinario, que determina la situación sanitaria de cada animal, impidiendo así que en caso de que hallan enfermos no contaminen a los sanos, garantizando de esta forma carne higiénica y de buena calidad.
3. Reposo: En esta fase el animal permanece en los corrales con el fin de darle un descanso digestivo y corporal. Este reposo puede durar de 10 a 12 horas. Esto también permite reducir el riesgo de contaminación de la canal con el contenido ruminal y heces fecales, asegurando carnes de óptima calidad nutricional y organoléptica.
4. Denervación: Los animales pasan a la sección de insensibilización, en el momento previo al sacrificio se bañaron con agua fría, se les realiza una incisión con un cuchillo al nivel de la articulación Atlanto-occipital para seccionar el bulbo raquídeo bloqueando el mecanismo sensitivo.
5. Izado: Se coloca un grillete en el miembro posterior izquierdo elevándolo mediante un diferencial para facilitar la labor del operario además de aprovechar la fuerza de la gravedad para la sangría.
6. Sangría. Se realiza un corte por detrás de la mandíbula, y se espera que salga la sangre completamente; una vez realizada la sangría, se baña nuevamente al animal.
7. Insuflado y batido. Este proceso se realiza por medio de la incorporación de aire al interior del animal entre la piel y la carcasa, con el fin de que el desuello se realiza suavemente sin tener el problema de que parte de la carne.
8. Separación de cabezas y patas: Aquí se practica una incisión a lo largo de la pierna izquierda dejando la pata derecha libre, y se corta con un cuchillo la pata derecha, haciendo el mismo proceso con la pata izquierda.
9. Separación de manos: Este procedimiento se realiza con un cuchillo al nivel de las articulaciones carpianas, en esta fase se inicia el desuello o separación de la piel a partir de la región anterior.
10. Desuello: Se realiza con un cuchillo, para retirar totalmente la piel de las piernas, muslos, ancas y parte alta de los flancos; al finalizar estas operaciones la piel se encuentra adherida a lo largo de la región dorsal, se sujetan las partes libres de esta a una cadena accionándose un diferencial el cual hace el desprendimiento de la piel.
11. Corte del esternón: Se realiza mediante una incisión en la línea blanda del pecho introduciendo una sierra eléctrica que rompe el esternón.

12. Ligazón: Consiste en ligar el recto con una banda elástica para evitar la contaminación de la canal con la materia orgánica a retirar; para proseguir con la evisceración.
13. Evisceración: Al animal se le separan los órganos y se esperan 6 horas para posteriormente refrigerarse.



**Figura 16-3:** Flujograma de proceso de faenamiento

**Fuente:** Indagación del proceso productivo en la Matriz

**Elaborado por:** Kathy Salazar

### 3.2.4.2. Proceso de producción en la carnicería Don Sebitas Matriz

1. **Recibo de Materia Prima:** En esta operación la carne en canal ingresa a la planta en y debe ser pesada e inspeccionada. En caso que algún producto no cumpla con las

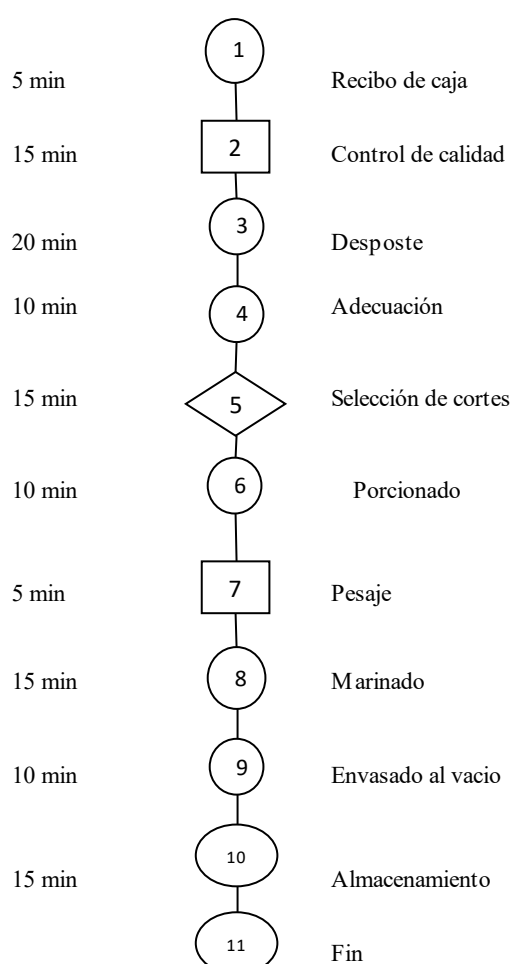
especificaciones de calidad, este entrara al respectivo proceso de devolución. El flujo másico en este proceso es de 1000 kg/h y se requiere mano de obra y una báscula.

2. **Desposte:** Consiste en dividir una canal de carne en varias piezas para su posterior adecuación y corte. Para esta actividad se determinó una capacidad total de 2000 kg/día y 333,3 kg/h, lo que equivale aproximadamente al desposte de dos canales de carne por hora. En este proceso se requiere un soporte resistente para las canales, con capacidad de mínima de 3 canales que irán siendo procesadas mientras las otras permanecen en refrigeración.
3. **Adecuación:** En este proceso, se retiran de forma manual las partes de la carne diferentes al músculo, como grasa, colágeno y terminaciones nerviosas. La cantidad de tejido retirado depende del tipo del corte y la preferencia del cliente. En esta actividad se estimó un flujo másico de 276,66 kg/h y se requieren operarios, mesas de corte en acero inoxidable, recipientes para la carne y tejidos descartados, y utensilios de corte.
4. **Selección de cortes:** Esta actividad consiste en la separación de las secciones de carne que se dispondrán para la línea de productos listos para asar. Se seleccionarán los cortes adecuados para la línea de envasado al vacío, Chatas, Lomo y Centro de Pierna para las Variedades “Gourmet” y “BBQ”, que se separan de la línea principal de envasado en bolsa tina. El flujo másico promedio para la operación es de 257,3 kg/h y se requieren operarios y mesas de selección.
5. **Porcionado/Pesaje:** Después de la selección, la carne debe ser debidamente porcionada para la presentación comercial, realizando cortes de aproximadamente 90 g de carne, de los cuales irán 5 unidades en cada envase. Esta operación debe ir acompañada de un pesaje para corroborar la cantidad de carne que irá en cada envase. En esta operación se tiene un flujo másico aproximado de 20 kg/día y se requieren operarios, una mesa de corte, utensilios además de una balanza con capacidad mínima de 5 kg, preferiblemente digital, hecha de un material apto para el contacto con alimentos.
6. **Marinado al vacío:** En este proceso, la operación de marinado es simultánea a las operaciones de pesaje, envasado al vacío y almacenamiento. Esto, debido a que la salsa de marinado se agrega en la fase del pesaje, mientras que los procesos de envasado al vacío y almacenamiento en refrigeración acompañan el proceso de marinado. El marinado al vacío del producto ocurre simultáneamente a el proceso de refrigeración y no es un proceso independiente como el marinado tradicional, puesto que las condiciones de refrigeración y ausencia de aire en el envase promueven la transferencia de masa desde la salsa hacia los tejidos de la carne. La cantidad de salsa para marinar es de 10% sobre el peso del producto final como lo indican las fichas técnicas del proveedor.
7. **Envasado al vacío:** Es una operación en la cual la carne y la salsa de marinado son introducidas en un envase de plástico, el cual ingresa en una cámara de vacío donde se



retira el aire del interior del envase, con el fin de extender la vida útil del producto. Además, el proceso de envasado al vacío es ideal en las condiciones anaeróbicas del interior del envase aceleran la transferencia de masa entre la carne y la salsa de marinado por gradiente de concentración. El marinado al vacío reduce significativamente el tiempo de exposición, optimiza la solubilidad de las proteínas mejorando a la textura de la carne, reduce las pérdidas por deshidratación y aumenta la concentración de sabores en la carne (Khan et.al, 2016). Por este motivo el paso del marinado tradicional por inmersión se reemplaza con el proceso de vacío en conjunto con almacenamiento en refrigeración. En este proceso se requieren operarios y una máquina de envasado al vacío con capacidad mínima de 21,56 kg/h, o 43 unidades/h.

8. **Almacenamiento:** El producto después de ser envasado debe pasar al almacenamiento en condiciones de refrigeración (0 - 2°C) hasta su distribución y conservar en estas condiciones durante toda la cadena hasta su consumo para extender su vida útil. Estas temperaturas también contribuyen a mejorar el efecto del marinado sobre los cortes y aumentar la concentración de sabores.



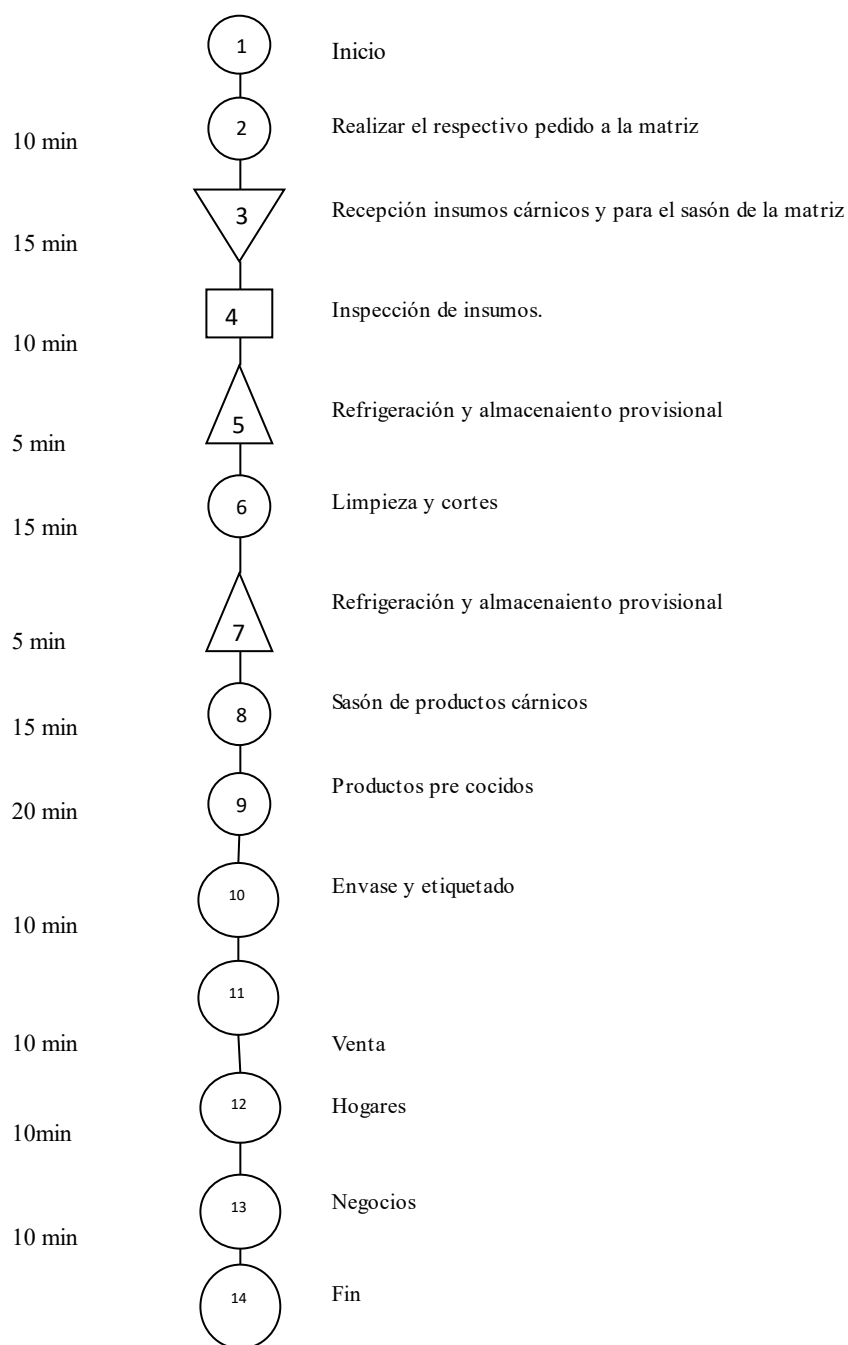
**Figura 17-3:** Tratamiento de la carne en la Matriz Don Sebitas

Fuente: Indagación del proceso productivo en la Matriz

Elaborado por: Kathy Salazar

#### Proceso de producción en la Sucursal de la Empresa Don Sebitas cantón Salcedo

1. **Proceso de pedido:** Se procede a la solicitud del pedido de la carne de res, cerdo y pollo a la matriz ubicada en la ciudad de Latacunga.
2. **Recepción de materia prima:** Insumos cárnicos: son aquellos productos primordiales para la elaboración de los cárnicos procesados, siendo estos: carne de res, pollo y cerdo. Insumos para la Sazón: son aquellos que se requiere para condimentar los productos cárnicos tales como: sal, ajo, cebolla, cebollín, pimentón, ají, dulces, huevo, pan rallado entre otros.
3. **Limpieza y corte:** inicia con la selección de las piezas de carne de res, pollo y cerdo para realizar la respectiva limpieza, desechando el desperdicio.
4. **Refrigeración y almacenamiento:** Se deben mantener los productos cárnicos en refrigeradores en todo momento a una temperatura menor o igual a 5 °C, separando las carnes según su especie (res, pollo y cerdo), para evitar el crecimiento y la multiplicación de las bacterias.
5. **Sazón:** en este sector se reciben los cárnicos una vez realizados sus respectivos cortes para proceder a condimentarlos y precocerlos de acuerdo a cada tipo de producto.
6. **Envase y Etiquetado:** una vez elaborados los diversos productos cárnicos procesados se trasladan a la sala de expedición, donde se envasan y etiquetan, quedando listos para ser vendidos.
7. **Consumidor Directo:** Se comercializa la carne al consumidor final directamente.
8. **Consumidor Indirecto:** Se comercializa la carne a negocios que revenden el producto o utilizan para la preparación de alimentos terminados.



**Figura 18-3:** Proceso de producción en la Sucursal de la Empresa Don Sebitas cantón Salcedo

**Fuente:** Indagación del proceso productivo en la Matriz

**Elaborado por:** Kathy Salazar

### 3.2.5. Distribución de la planta

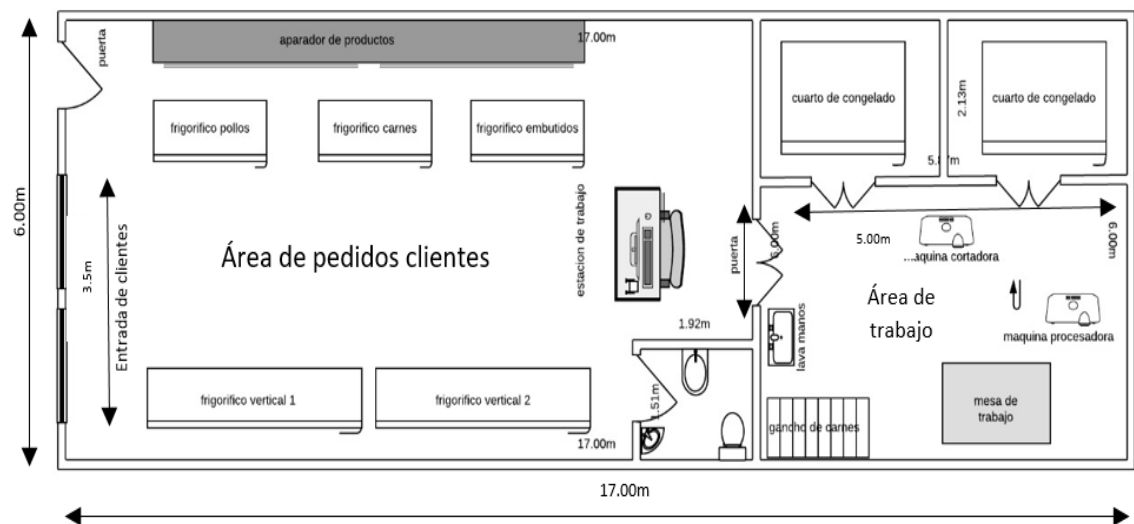
El local comercial tiene 6 metros de ancho y 17 metros de fondo, obteniendo el espacio suficiente para que los productos sean almacenados y refrigerados correctamente, así también la maquinaria utilizada tenga un espacio adecuado con la ventilación necesaria.

La zona de mostrador con productos, tendrá hacia el lado del vendedor al menos un total de 1,20 metros, ya que disponer de movilidad requiere al menos de 0,80 metros, pero además es necesario de un espacio para la disposición de productos que debe ser al menos de 0,40 metros para puedan situarse. Un mostrador estándar de ancho tiene una dimensión aproximada comprendida entre 1,20 y 1,30 metros.

Para el espacio de los clientes se contará con al menos 1,50 metros para que puedan acumularse clientes en cola, ya que de ser menos no habría espacio.

Otro espacio fundamental que se considerará es el fondo de escaparate, siendo al menos de 0,80 metros.

En cuanto a la altura del local comercial, es necesario al menos de 2,50 metros, pero además para poder establecer tanto la iluminación como la ventilación debe reservarse una altura de al menos 0,80 metros.



**Figura 19-3:** Plano del local comercial

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Kathy Salazar

### 3.2.5.1. Ingeniería y tecnología

#### **Cortadora Cierra**



**Figura 20-3:** Cortadora cierra

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Kathy Salazar

La máquina sierra de cinta se utiliza para cortar todo tipo de carnes y es muy utilizado en la industria de los cárnicos por su facilidad para cortar huesos, tendones y demás elementos que se encuentran presentes en las piezas de carne.

#### **Fileteadora de carne**



**Figura 21-3:** Fileteadora de carne

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Kathy Salazar

La fileteadora es especialmente diseñada para cortar en tiras, dados o filetes de carne fresca sin hueso, pescado y pollo. El hígado, algunas frutas, verduras, etc, pueden también cortarse fácil y rápidamente. Todo ello hace que esta máquina sea apropiada para uso en tiendas, cocinas e industrias. Las cuchillas pueden cortar de una vez piezas de 1,5 Kg. como máximo. El producto

a cortar es empujado automáticamente hacia las cuchillas y una vez cortado queda depositado en un contenedor

### **Ablandadora de carne**



**Figura 22-3:** Ablandadora de carne

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Kathy Salazar

Este ablandador de carne está diseñado específicamente para usos comerciales e industriales. Este hecho para la licitación de carne deshuesada, pollo y pescado sin piel. Los productos congelados y con huesos no son adecuados para ser procesados con este ablandador.

El producto se deja caer entre dos conjuntos de cuchillas, que son utilizados por un motor eléctrico. Las cuchillas giratorias licitarán el producto. La máquina está equipada con un interruptor de seguridad, que impide el uso de la maquina cuando la tapa no está en su lugar. El bastidor de la maquina este hecho de acero inoxidable.

### **Molino de carne**



**Figura 23-3:** Molino de carne

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Kathy Salazar

La máquina de picar carne o picadora de carne es un utensilio de cocina encargado de picar los músculos de la carne en pequeñas partes. En parte sustituye a la tajadera en su función de picado.

### **Frigoríficos**



**Figura 24-3:** Frigorífico

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Kathy Salazar

Un frigorífico o cámara frigorífica es una instalación industrial estatal o privada en la cual se almacenan carnes o vegetales para su posterior comercialización.

## Cámaras frías



**Figura 25-3:** Cámaras frías

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Kathy Salazar

El uso de cámaras frigoríficas para la conservación de productos perecederos como carne, pescados, huevos o frutas resulta indispensable. El frío que proporcionan es clave en la prevención de muchos problemas relacionados con la aparición de patógenos en alimentos. Sin embargo, no deben menospreciarse los problemas que llevan implícitos. Si bien los gérmenes se inmovilizan durante un tiempo, si estos permanecen más de lo necesario en el interior de la cámara, se "acostumbran" a la temperatura y empiezan a actuar de nuevo. Mantener estas cámaras limpias y desinfectadas, y utilizar los métodos más adecuados para ello, puede neutralizar las bacterias de los alimentos allí almacenados.

## Mesas de acero inoxidable



**Figura 26-3:** Mesa de acero inoxidable

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Kathy Salazar

Mesas de trabajo de acero inoxidable de tipo mural. Suelen tener una especie de respaldo en el lado que pega a la pared para evitar que restos de comida se caigan detrás del mueble. Además,



también pueden ser completadas con estanterías de sobremesa para colocar condimentos, utensilios o simplemente para mantener más ordenada la zona de trabajo.

### **Balanza electrónica**



**Figura 27-3:** Balanza electrónica

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Kathy Salazar

Las balanzas electrónicas son balanzas caracterizadas porque realizan el pesaje mediante procedimientos que implican sensores. Las mismas se establecen como una alternativa a las balanzas de índole mecánica, que tiene el mismo cometido, pero se fundamentan en un juego de contrapesos.

## **3.3. Estudio Organizacional Y Legal**

### **3.3.1. Misión**

Ofrecer a nuestro cliente productos alimenticios cárnicos de calidad con excelente servicio e higiene, generando rentabilidad a los accionistas y bienestar a nuestro personal y proveedores a través de la práctica de nuestros valores.

### **3.3.2. Visión**

Ser una empresa líder en la comercialización de productos cárnicos en el mercado regional y nacional, operando con los mejores estándares de calidad en todos los procesos, para alcanzar en nuestro ramo la mayor rentabilidad y ser la mejor opción laboral.

### **3.3.3. Objetivos**

- Convertirse en una de las marcas líderes en el mercado nacional del ramo.
- Superar el margen anual de ventas estipulado en al menos 50%.
- Superar a la competencia en visibilidad y ventas dentro del mercado.
- Rentabilizar el modelo de producción hasta convertirlo en un sistema autónomo.
- Incrementar el margen anual de ingresos de manera responsable y proactiva.

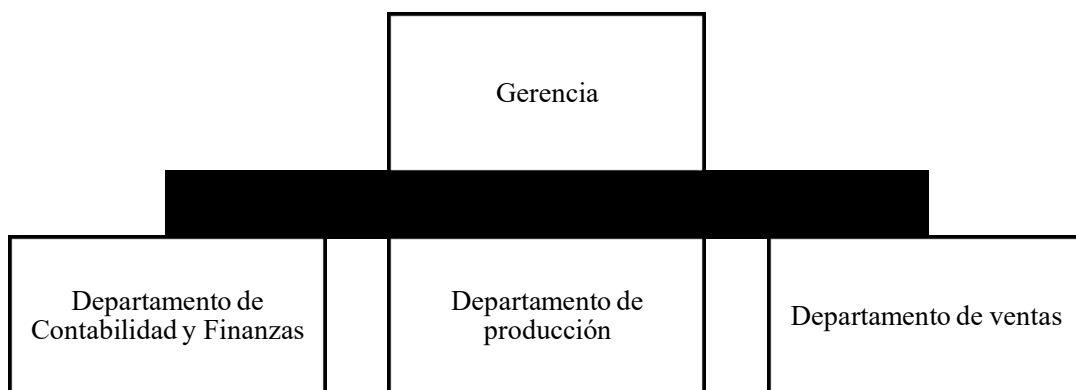
- Convertirse en el máximo y más responsable empleador del país e imponer una cultura de honestidad y trabajo entre los empleados.
- Ofrecer alternativas de consumo saludable y respetuoso en medio del abrumador mercado de la comida rápida.

#### 3.3.4. *Valores*

La empresa Gran FERIA de Carnes “Don Sebitas” Salcedo, practica valores como:

- Honestidad
- Lealtad
- Trabajo
- Responsabilidad
- Respeto y
- Servicio.

#### 3.3.5. *Estructura Organizacional*



**Figura 28-3:** Estructura organizacional de la sucursal Don Sebitas

**Fuente:** Estudio Organizacional y Legal

**Elaborado por:** Kathy Salazar

### 3.3.5.1. Manual de Funciones

**Tabla 21-3: Gerente**

Manual de Funciones
<p>Denominación del Cargo: <b>Gerencia</b></p> <p>Ámbito de Operación: <b>Toda la empresa</b></p> <p>Número de Plazas: <b>1</b></p> <p>Género: <b>Indistinto</b></p> <p>Edad: <b>30 a 50 años</b></p>
<p>Formación Académica</p> <p><b>Nivel de escolaridad:</b> Título de tercer nivel (mínimo) (Afin a los procesos de gestión empresarial)</p> <p><b>Formación continua:</b> Cursos relacionados a Gerencia</p> <p><b>Idioma extranjero:</b> inglés avanzado</p> <p><b>Experiencia Laboral:</b> Mínimo 3 (tres) años</p> <p><b>Responsabilidad:</b> Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa en actividades legales y de negociación, basado en un proceso de gestión empresarial para una adecuada toma de decisiones.</p> <p>Destrezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buenas relaciones interpersonales.</li> <li>• Dominio en tareas de decisión.</li> <li>• Escucha activa.</li> <li>• Capacidad de organizar el trabajo asumiendo responsabilidades.</li> <li>• Capacidad para negociar y solucionar problemas.</li> </ul> <p style="text-align: center;">Perfil del Colaborador</p> <p>Formación Académica Básica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Profesional de tercer nivel en el área Automotriz, Administración de Empresas, Economía, Ingeniería Comercial, Contabilidad, experiencia en esta área.</b></li> </ul>
<p style="text-align: center;">Funciones a Desempeñar</p> <p>Función Principal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El Administrador es el representante legal de la empresa, responsable ante los organismos de control de la gestión legal, técnica, administrativa y financiera de la misma, el mismo que deberá ser caucionado.</li> </ul> <p>Funciones Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar el plan estratégico organizacional de la empresa.</li> <li>• Aprobar los planes operativos de cada uno de los departamentos.</li> <li>• Liderar y gestionar las actividades organizacionales de la empresa.</li> <li>• Tomar decisiones en relación a las necesidades de mercado.</li> <li>• Liderar los procesos de negociación y de comercialización.</li> <li>• Negociar y establecer alianzas estratégicas con los proveedores de cárnicos y embutidos.</li> <li>• Aprobar procesos de ventas de montos superiores en el manejo contable de la empresa.</li> <li>• Aprobar la contratación de personal para la empresa.</li> <li>• Revisar y aprobar la contabilidad del periodo de la empresa.</li> </ul>

Continúa

Continúa

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar y aprobar la propuesta presupuestaria de cada uno de los departamentos.</li> <li>• Aprobar y presentar los estados financieros a la Superintendencia de Compañías.</li> <li>• Aprobar la presentación de las planillas del personal al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS.</li> <li>• Aprobar la presentación de los reportes tributarios al Sistema de Rentas Internas SRI.</li> <li>• Establecer políticas y normas de comportamiento organizacional para la empresa.</li> <li>• Definir sistemas de control y seguimiento para cada uno de las áreas y puestos de trabajo de la empresa.</li> <li>• Firmar y legalizar las actividades contractuales de la empresa.</li> <li>• Revisar, aprobar y firmar los cheques emitidos por diferentes conceptos, tales como: pagos a proveedores, pagos de servicios, aportes, asignaciones, avances a justificar, incremento o creación de fondos fijos, fondos especiales y de funcionamiento, alquileres, y otras asignaciones especiales.</li> <li>• Apoyar a la organización en todas las gestiones legales y reglamentarias.</li> <li>• Supervisar la formulación, ejecución y evaluación del presupuesto anual, de conformidad con las disposiciones legales aplicables.</li> <li>• Elaboración y control de presupuestos.</li> <li>• Realizar el seguimiento y control de las actividades de los jefes de ventas y administrativo.</li> <li>• Velar por mantener un adecuado clima organizacional en la empresa.</li> <li>• Realizar acciones administrativas en conjunto con los jefes departamentales a su cargo.</li> </ul>
---

**Fuente:** Estudio Organizacional y Legal

**Elaborado por:** Kathy Salazar

**Tabla 22-3:** Departamento de contabilidad y finanzas

Manual de Funciones
<p>El Departamento de Contabilidad se encarga de instrumentar y operar las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud y seguridad en la captación y registro de las operaciones financieras, presupuestales y de consecución de metas de la entidad, a efecto de suministrar información que coadyuve a la toma de decisiones, a promover la eficiencia y eficacia del control de gestión, a la evaluación de las actividades y facilite la fiscalización de sus operaciones, cuidando que dicha contabilización se realice con documentos comprobatorios y justificativos originales, y vigilando la debida observancia de las leyes, normas y reglamentos aplicables.</p>
<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer y operar las medidas necesarias para garantizar que el sistema de contabilidad de la empresa esté diseñado para que su operación facilite la fiscalización de los activos, pasivos, ingresos, costos, gastos, avance en la ejecución de los objetivos.</li> <li>• Realizar las acciones necesarias para garantizar que el sistema contable de la empresa así como las modificaciones que se generen por motivos de su actualización, cuenten con las autorizaciones legales para su funcionamiento y operación.</li> <li>• Llevar a cabo la contabilidad de la empresa en los términos que establece la Ley de Presupuesto, Contabilidad y Tributación.</li> <li>• Emitir por escrito las principales políticas contables necesarias para asegurar que las cuentas se operen bajo bases eficientes y consistentes, así como para la clara definición y asignación de responsabilidades de funcionarios y empleados.</li> </ul>

Continúa

## Continúa

- Mantener actualizado el catálogo de cuentas y guía contabilizadora, de manera que éstos satisfagan las necesidades institucionales y fiscalizadoras de información relativa a los activos, pasivos, ingresos costos, gastos y avance en la ejecución de programas, recabando para el efecto, las autorizaciones suficientes de las autoridades competentes.
- Controlar las disponibilidades de las cuentas bancarias de cheques y de inversión, realizando conciliaciones mensuales contra los saldos reportados en los estados de cuenta bancarios y por el Departamento de Tesorería y Caja, para garantizar la exactitud en el registro de fondos, y apoyando a una correcta toma de decisiones.
- Depurar permanentemente los registros contables y presupuestales.
- Coordinar, orientar y apoyar las actividades del personal adscrito al área de su competencia.

**Fuente:** Estudio Organizacional y Legal

**Elaborado por:** Kathy Salazar

**Tabla 23-3:** Departamento operativo

Manual de Funciones
<p>El Departamento operativo comprende todo el proceso detallado y complejo para la fabricación de productos o la implementación de servicios, que al final es lo que vende la empresa y lo que le representa sus ingresos más significativos. Estos servicios y productos deben tener las características y la calidad planeadas para satisfacer las necesidades y deseos del cliente, de lo contrario, ni el mejor y más capacitado departamento de comercialización es capaz de vender algo.</p> <p>Los objetivos generales de esta área son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Producir con calidad total.</li> <li>· Lograr la máxima productividad.</li> <li>· Tener óptimos inventarios en almacén y distribuir el producto con eficiencia.</li> <li>· Operar con rentabilidad.</li> </ul> <p>Funciones</p> <p>Entre las funciones más destacadas del área de Producción y Operaciones se encuentran los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar las dimensiones de la planta o fábrica y su lugar de ubicación.</li> <li>• Definir el modelo del proceso de producción, por ejemplo, si será en línea o en bloque, etcétera.</li> <li>• Establecer la producción mensual de unidades de producto, cómo se obtendrán y los turnos de trabajo necesarios para lograrlo y, de ser indispensable, turnos extras.</li> <li>• Fijar el inventario en número de unidades que deben existir en la bodega y el almacén.</li> <li>• Precisar el número de colaboradores en la línea de producción y de apoyo en otras tareas relacionadas con la manufactura.</li> <li>• Especificar los estándares de trabajo y de calidad.</li> <li>• Implementar claramente las especificaciones del control de calidad.</li> <li>• Empaquetar y embalar adecuadamente la mercancía.,</li> <li>• Realizar de manera inteligente la distribución física de los productos.</li> <li>• Atender la higiene y la seguridad industrial.</li> <li>• Salarios e incentivos justos y acordes con el mercado laboral.</li> <li>• Capacitación permanente a todos sus colaboradores.</li> <li>• Actualización tecnológica constante.</li> </ul>

**Fuente:** Estudio Organizacional y Legal

**Elaborado por:** Kathy Salazar

**Tabla 24-3:** Departamento de ventas

Manual de Funciones
<p>El área comercial es una de las más importantes en la estructura de una organización, puesto que es la responsable de procurar la relación con los clientes y de la consecución de los objetivos de venta, es decir, son la fuente principal de ingresos.</p> <p>De esta manera el trabajo comercial, incluye el conjunto de actividades necesarias para hacer llegar al consumidor, los bienes y servicios producidos por la empresa. De este punto se deslinda el vender bien y el lograr entablar relaciones estables y duraderas con los clientes.</p> <p>Para llevar esto a cabo, es necesaria la aplicación de disciplinas de gestión como el marketing estratégico, la planificación, la investigación de mercados, etc.</p>
<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Planificación y control. Consiste en precisar las acciones futuras y luego comparar los resultados reales con las previsiones hechas anteriormente.</li><li>• Estudio de mercado. Es la más importante, ya que permite a la dirección de la empresa fijar su política y tomar decisiones sobre bases seguras.</li><li>• Promoción y publicidad del producto. Dirige su enfoque a la parte “práctica”; es decir, se hace la presentación del producto o servicio al cliente.</li><li>• Ventas. Es el último paso y es en donde se consolidan todos los esfuerzos realizados. Consiste en organizar la venta directa y también la relación con los canales de distribución.</li></ul> <p>Por otro lado, la función comercial conecta a la empresa con el exterior, es decir, con el target. En ella intervienen tres elementos importantes, los cuales definen al mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Producto, bienes y servicios</li><li>• Empresa, fabrica el producto</li><li>• Consumidor, satisface sus necesidades con la compra del producto</li></ul> <p>El trabajo comercial ocupa un lugar destacado dentro de la organización, por tal motivo debe estar adecuadamente definido y estructurado.</p>

**Fuente:** Estudio Organizacional y Legal

**Elaborado por:** Kathy Salazar

### 3.3.6. Estudio legal

#### 3.3.6.1. Constitución de la Sucursal Gran FERIA De Carnes “Don Sebitas”

En el cantón Salcedo el día 01 mes, de enero el suscrito Kathy Yolanda Salazar Calderón mayor de edad, quién para todos los efectos se denominará el representante legal (persona natural), mediante el presente escrito manifiesto mi voluntad de constituir la sucursal Gran FERIA de Carnes “Don Sebitas”.

**PRIMERO. Razón social.** La empresa que mediante este documento se constituye se denominará **SUCURSAL GRAN FERIA DE CARNES “DON SEBITAS**.

**SEGUNDO. Domicilio.** El domicilio de la empresa será en el cantón Salcedo dirección, Sucre y Padre Salcedo.

**TERCERO. Objeto.** La empresa tendrá por objeto, el desarrollo de las siguientes actividades: Comercialización al por mayor y menor de carne de pollo, res cerdo, borrego y embutidos.

**CUARTO. Duración.** La empresa tendrá una duración indefinida

**ARTICULO QUINTO. Capital.** El capital social a la fecha de la constitución es de **\$50.000.00** se encuentra totalmente cancelado en con los aportes en dinero o en especie, de cada uno de los socios al momento de la constitución, dividido de la siguiente manera:

**Tabla 25-3:** Composición del capital

NOMBRE	COMPOSICION DEL CAPITAL		
	NUMERO DE CUOTAS	VALOR DE LAS CUOTAS	VALOR TOTAL DE CAPITAL
Kathy Yolanda Salazar Calderón	1	1	\$ 50.000.00

**Fuente:** Estudio Organizacional y Legal

**Elaborado por:** Kathy Salazar

**SEXTO. Cuotas.** Se aporta una cuota de \$50.000.00 para la inversión del proyecto.

**SEPTIMO. Responsabilidad.** La responsabilidad del suscrito, en calidad de constituyente de la Empresa, se circunscribe al monto de los aportes que conforman el capital de la misma, sin perjuicio de que éste posteriormente sea aumentado con arreglo a las normas vigentes.

**OCTAVO. Cesión de Cuotas.** Las cuotas en que se representa el capital de la empresa, podrán ser cedidas total o parcialmente, en cuyo caso dicha cesión deberá constar por escrito con anotación en el respectivo registro mercantil.

**NOVENO. Administración.** La administración de la empresa estará en cabeza de un Gerente, de libre nombramiento y remoción por parte del constituyente.

**DECIMO. Facultades del Gerente.** El Gerente es el representante legal de la Empresa, con facultades, por lo tanto, para ejecutar todos los actos y contratos acordes con la naturaleza de su cargo y que se relacionan directamente con el giro ordinario de los negocios de la Empresa. En especial el Gerente tendrá las siguientes funciones:

1. Usar de la firma o razón social;
2. Designar los empleados que requiera el normal funcionamiento de la compañía y señalarles su remuneración.
3. Rendir cuentas de su gestión al constituyente, en la forma establecida en el artículo undécimo.
4. Constituir los apoderados judiciales necesarios para la defensa de los intereses sociales.

**DECIMO PRIMERO. Rendición de cuentas.** El Gerente deberá rendir al empresario constituyente cuentas comprobadas de su gestión al final de cada ejercicio, dentro del mes siguiente a la fecha en la cual se retire de su cargo y en cualquier momento en que el Constituyente las exija. Para tal efecto, presentará los estados financieros que fueran pertinentes, junto con un informe de gestión.

**DECIMO SEGUNDO. Designación.** Se nombra como Gerente al empresario constituyente, mayor de edad identificado con cédula 060000000 Kathy Yolanda Salazar Calderón

Quién ejercerá sus funciones y ostentará el cargo hasta cuando se designe y efectué el registro correspondiente de cualquier nuevo nombramiento.

**DECIMO TERCERO. Reserva Legal.** La empresa formará una reserva legal con el diez por ciento (10%) de las utilidades liquidas de cada ejercicio, hasta completar el cincuenta por ciento (50%) del capital. En caso de que este último porcentaje disminuyere por cualquier causa, la Empresa deberá seguir apropiando el mismo diez por ciento (10%) de las utilidades liquidas de los ejercicios siguientes hasta cuando la reserva legal alcance nuevamente el límite fijado.

**Parágrafo.** En caso de perdidas, estas se cubrirán con las reservas que se hayan constituido para ese fin y en su defecto, con la reserva legal.

**DECIMO CUARTO. Causales de disolución.** La Empresa se disolverá por las siguientes causales:



1. Por voluntad del Constituyente.
2. Por vencimiento del término previsto, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.
3. Por muerte del constituyente.
4. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas.
5. Por orden de autoridad competente.
6. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio en más del cincuenta por ciento.
7. Por la iniciación del trámite de liquidación obligatoria.

**DECIMO QUINTO. Liquidación.** Disuelta la Empresa, se procederá de inmediato a su liquidación en la forma indicada en la ley. En consecuencia, no podrá iniciar nuevas operaciones en desarrollo de su objeto y conservará su capacidad jurídica únicamente para los actos necesarios a la liquidación. El nombre de la Empresa, una vez disuelta, se adicionará con la expresión “en liquidación”. Su omisión hará incurrir a los encargados de adelantar el proceso liquidatorio en las responsabilidades establecidas en la ley.

**Parágrafo primero.** En los casos previstos en el Código de Comercio, podrá evitarse la disolución de la sociedad adoptando las modificaciones que sean del caso según la causal ocurrida, siempre y cuando se efectúen dentro de los seis meses siguientes a la ocurrencia de la causal.

**Parágrafo segundo.** La liquidación del patrimonio podrá hacerse por el Empresario o por un liquidador o varios liquidadores nombrados por él. El nombramiento se inscribirá en el registro público de comercio. Sobre el particular se seguirán las reglas previstas para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada.

#### *3.3.6.2. Otorgamiento de la franquicia*

El proyecto manejará la denominada franquicias gratis o también denominadas franquicias coste cero, lo que realmente son **franquicias sin inversión inicial**, actividad comercial que por su tipología y el formato de negocio que desde la central franquiciadora les han querido proporcionar, no requieren canon de entrada, es decir, que no se exige un desembolso monetario inicial por parte de la compañía a cambio de la formación y asesoramiento inicial.

### *3.3.6.3. Requisitos adicionales para el funcionamiento*

- Registro Mercantil. (SC)
  - Registro Único del Contribuyente (SRI)
  - Permiso de funcionamiento Municipal
  - Patente municipal
  - Certificado de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.
  - Normativa Técnica Sanitaria Sobre Prácticas Correctas De Higiene (PCH)
  - Resolución ARCSA 057 (11-09-2015). Normativa técnica sanitaria sobre prácticas correctas de higiene para establecimientos procesadores de alimentos.
  - Reforma al Acuerdo 4712 Permisos de Funcionamiento – Acuerdo 5004
  - Ministerio de salud publica
- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Copia del RUC del establecimiento
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos (ver página Web).
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)

### *3.3.6.4. Aspectos Ambientales Del Proceso Productivo*

La sucursal de la Empresa Gran Feria de Carnes “Don Sebitas” Salcedo basado en el Ministerio del Ambiente mantendrá el cuidado del medio ambiente clasificando sus residuos de la siguiente manera:

### *3.3.6.5. Residuos No Peligrosos*

#### **Residuos Orgánicos:**

#### **Estos residuos se clasifican así:**

- Material orgánico aprovechable o residuos orgánicos del proceso: corresponden a sangre, grasa, plumas, cueros, vísceras no comestibles, sobrante despresado, gallinaza, productos no conformes, devoluciones de producto y muestras de pollo utilizadas en el laboratorio

para realizar análisis, material de poda de jardines, escobas en mal estado, residuos de alimentos, etc. (Ministerio del Ambiente, 2019)

- Material orgánico no aprovechable o residuos ordinarios: corresponden a los residuos generados en la carnicería, unidades sanitarias y en las oficinas como: servilletas, envolturas, residuos de las papeleras de los servicios sanitarios, barredura de exteriores, etc. (Ministerio del Ambiente, 2019)

### **Residuos inorgánicos:**

#### **Estos residuos se clasifican así:**

- Material inorgánico aprovechable: corresponde al cartón, papel kraft, papel periódico, papel archivo, canecas plásticas, bolsas plásticas limpias, rollo de cartón, costales de fibra, vasos desechables, estivas, etc. (Ministerio del Ambiente, 2019)
- Material inorgánico no aprovechable: Vinilpel, etiquetas, papel carbón, plástico sucio, bandejas de icopor, ganchos, papel aluminio, empaques de tetrapack, escombros, materiales, elementos agregados sueltos, entre otros. (Ministerio del Ambiente, 2019).

#### *3.3.6.6. Residuos peligrosos*

### **Residuos infecciosos o riesgo biológico:**

- Biosanitarios: corresponde a algodones untados de sangre, grasa y curas, material usado en muestras microbiológicas, muestras de producto, etc.
- Corto punzantes: se encuentra toda la vidriería, cuchillas y cuchillos del proceso, recipientes de vidrio, cierras.
- Animal: todas las aves que sean decomisadas por no ser aptas para el consumo humano y su disposición final sea destrucción. (Ministerio del Ambiente, 2019)

#### *3.3.6.7. Residuos químicos:*

Dentro de los cuales se encuentran:

- Metales pesados: los cuales corresponden a las baterías, pilas, cartuchos, cintas de impresión, chatarra electrónica (CPU, monitores, mouse, escáner, teclados, etc.) lámparas de tubo fluorescentes, chatarra, estopas, pipetas refrigerantes, pipetas de amoníaco, cables de electricidad, tintas, cenizas, llantas, etc.
- Aceites usados: se encuentran el ACPM, lubricantes, aceites hidráulicos, aceites para transmisiones, desoxidantes, aceite de cocina usado generado en el restaurante. (Ministerio del Ambiente, 2019)

### *3.3.6.8. Plan para el cuidado del Agua*

**Descripción:** Con el cual se pretende capacitar al personal en la manera más eficiente de consumir el recurso y de administrarlo al interior de la empresa.

**Objetivo:** Dar un adecuado manejo al recurso hídrico demandado al interior del establecimiento.

Impactos asociados: Generación de vertimientos.

**Tipo de medida:** Prevención, mitigación y compensación.

**Etapas de aplicación:** Durante todos los procesos que ejecuta la empresa Don Sebitas, cortes de carnes, limpieza del local, baterías sanitarias entre otros.

**Lugar de aplicación:** Empresa Don Sebitas

**Responsables del plan de manejo:** Gerente, coordinadores de áreas.

**Coordinación interinstitucional:** Empresa de agua potable.

**Medidas y acciones a desarrollar:**

Prevención:

- Capacitación acerca de la importancia del recurso hídrico.
- Buenas prácticas de manejo.
- Trampa de lodos y grasas.

Mitigación: Trampa de grasas, y capacitación de buenas prácticas

Compensación: Pago por tasa de uso y vertimiento.

**Seguimiento y monitoreo:**

Indicadores de impacto

- # Personas Capacitadas
- M3 de vertimientos generados

Base

- Personal sin capacitación.
- 664 m3

Meta

- Personal capacitado.
- Reducir en un 10% para el 2021

### *3.3.6.9. Plan del cuidado de energía eléctrica*

**Objetivo:** Reducir el consumo energético al interior de la organización.

**Impacto:** Sobre costo energético.

**Medida:**

- Mitigación o compensación, magnitud alta

- Buscar oportunidades de mejora en el supermercado, adoptando tecnologías ambientalmente eficientes y pagar por lo consumido.

**Encargado:** La gerencia.

**Costo:** información no suministrada.

**Observaciones:**

La empresa Don Sebitas cuenta con un consumo energético alto, ya que la mayoría de los productos allí comercializados, son de carácter perecederos y tienen que mantenerse refrigerados, por ende, es muy difícil tener presentes alternativas o tecnologías ambientalmente apropiadas ya que estas relacionan un incremento financiero en la adquisición de nuevas tecnologías.

**Sugerencias:**

Como oportunidad de mejora, se pretende establecer el uso de lámparas ahorradoras de energía, e implementación de tecnologías de eficiencia energética.

*3.4.6.10. Plan para el manejo del suelo*

**Descripción:** Gestión integral de residuos sólidos. Es el conjunto de operaciones y disposiciones encaminadas a dar a los residuos producidos el destino más adecuado desde el punto de vista ambiental, de acuerdo con sus características, volumen, procedencia, costos, tratamiento, posibilidades de recuperación, aprovechamiento, comercialización y disposición final.

**Objetivo:** Dar un adecuado manejo a los residuos sólidos ordinarios generados al interior del establecimiento.

**Impactos asociados:** Contaminación por residuos sólidos.

**Tipo de medida:** Prevención y compensación.

**Etapas de aplicación:** Durante todos los procesos dados en la empresa.

**Lugar de aplicación:** La empresa Don Sebitas

**Responsables del plan de manejo:** Gerente, coordinador de área.

**Coordinación interinstitucional:** Empresa de aseo municipal, personal de recolección y transporte de residuos, secretaria de salud entre otras.

**Medidas y acciones a desarrollar:**

- Optima separación en la fuente.
- Cumplimiento con los planes de gestión de residuos sólidos.
- Capacitación de personal sobre manejo de residuos sólidos.

**Compensación:** Pago por el manejo de los residuos y disposición final.

**Seguimiento y monitoreo:**

Indicadores de impacto

- Clasificación de residuos sólidos
- Residuos generados en kg/mes

Base

- Residuos mezclados
- 1.6 ton/mes

Meta

- Separación en la fuente.
- 1.3 ton/mes para el 2021.

### 3.4. Estudio Económico Financiero

Este estudio corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional. Una vez definido el mercado para el bien o servicio se procede a cuantificar el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos durante el periodo de evaluación del proyecto.

#### 3.4.1. Inversiones

##### 3.4.1.1. Inversiones Fijas

**Tabla 26-3:** Maquinaria y Equipo

CANT.	MAQUINARIA Y EQUIPO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Cortadora cierra		\$ 1.850,00
1	Fileteadora		\$ 2.500,00
1	Molino		\$ 1.600,00
3	Frigorífico grandes	\$ 3.000,00	\$ 9.000,00
2	Cámaras frías	\$ 6.000,00	\$ 12.000,00
3	Mesas de acero inoxidable	\$ 250,00	\$ 750,00
1	Balanzas con etiquetas		\$ 2.800,00
1	Refrigerante		\$ 2.500,00
	<b>Total</b>		<b>\$ 33.000,00</b>

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

**Tabla 27-3:** Herramientas de producción

CANT.	HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	Cuchillos	\$ 17,00	\$ 51,00
3	Tablas para picar	\$ 30,00	\$ 90,00
2	Cierras para cortar	\$ 6,00	\$ 12,00
7	Gavetas	\$ 6,00	\$ 42,00
2	Juego ganchos para la carne	\$ 150,00	\$ 300,00
	<b>Total</b>	<b>\$ 209,00</b>	<b>\$ 495,00</b>

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

**Tabla 28-3:** Muebles y enseres

CANT.	MUEBLES Y ENSERES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL/ ANUAL
1	Archivador	\$ 120,00	\$ 120,00
4	Sillas	\$ 15,00	\$ 60,00
1	Mesa	\$ 20,00	\$ 20,00
	<b>Total</b>	<b>-</b>	<b>\$ 200,00</b>

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

**Tabla 29-3:** Equipo de cómputo

CANT.	EQUIPO DE COMPUTO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Computadora de escritorio	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
1	Impresora para facturas	\$ 2500,00	\$ 250,00
1	Sistema operativo	-	\$ 500,00
	<b>Total</b>	<b>-</b>	<b>\$ 1.950,00</b>

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

**Tabla 30-3:** Equipo de oficina

CANT.	EQUIPO DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	Calculadora	\$ 12,00	\$ 24,00
4	Papel de impresión	\$ 3,50	\$ 14,00
10	Papel de ticket	\$ 10,00	\$ 100,00
	<b>Total</b>	<b>\$ 25,50</b>	<b>\$ 138,00</b>

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

### 3.4.1.2. Inversiones Diferidas

**Tabla 31-3:** Activos Diferidos

DIFERIDOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Gastos de Constitución	\$ 2500,00	\$ 2500,00
Gastos de Organización	\$ 300,00	\$ 300,00
Gastos de Mantenimiento	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>Total</b>	<b>\$ 3.300,00</b>	<b>\$ 3.300,00</b>

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

### 3.4.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo es básicamente los recursos financieros que una empresa necesita para continuar funcionando y realizar sus actividades.

Es responsable de mantener su empresa en el negocio en todo momento, principalmente cuando los ingresos por ventas o servicios se atrasan y su empresa necesita dinero en efectivo para cubrir sus gastos básicos.

**Tabla 32-3:** Capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	VALORES
Costos directos	\$ 528.073,82
Insumos de aseó	\$ 156,00
Insumos de ventas	\$ 7.320,00
Gasto administrativo	\$ 6.467,24
Gasto ventas	\$ 12.028,45
Anual	\$ 554.045,52
Mensual	\$ 46.170,46
Semanal	\$ 11.542,61

**Fuente:** Estudio Económico Financiero

**Elaborado por:** Kathy Salazar

El negocio necesita un capital de trabajo mínimo de \$11.542,61 para cubrir con sus necesidades básicas durante una semana antes de percibir los primeros ingresos.

### 3.4.3. Inversiones y Financiamiento

En el cuadro de inversiones se detalla los recursos que necesita la empresa de cárnicos para poder operar, detallando el valor que aporta los socios directamente y lo que necesita a través de un crédito.

**Tabla 33-3:** Inversiones

CUADRO DE INVERSIONES		
<b>ACTIVO FIJO</b>		
Maquinaria y Equipo	\$ 33.000,00	
Herramientas de producción	\$ 495,00	
Muebles y enseres	\$ 200,00	
Equipo de computo	\$ 1.950,00	
Equipo de oficina	\$ 138,00	
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 35.783,00</b>	
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>		
Gastos de Constitución	\$ 2.500,00	
Gastos de Organización	\$ 300,00	
Gastos de Preinversión	\$ 500,00	
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>\$ 3.300,00</b>	
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>\$ 39.083,00</b>	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 11.542,61</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 50.625,61</b>	
Aporte socios	\$ 30.375,37	60%
Financiamiento	\$ 20.250,25	40%

**Fuente:** Estudio Económico Financiero

**Elaborado por:** Kathy Salazar



### 3.4.4. *Financiamiento*

La empresa Gran Feria de Carnes “Don Sebitas necesita una inversión total de \$**50.625.61** para iniciar su actividad de los cuales el 40% correspondiente a \$ **20.250.25** se obtendrá a través de un crédito para PYMES en la Corporación Financiera Nacional B.P CFN con una tasa de interés del 9.75% reajutable a 5 años plazo.

**Tabla 34-3:** Tabla de amortización del crédito

TABLA DE PAGOS (crédito de L/P)					
MONTO DE PRÉSTAMO				\$ 20.250,25	
PLAZO EN AÑOS				5,00	
INTERÉS				9,75%	
FECHA, INICIO DE PLAZO					
CAPITAL	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO	Pago (cuota)
	ACUMULADO		NOMINAL		
\$ 337,50	\$ 337,50	\$ 164,53	\$ 502,04	\$ 19.912,74	1
\$ 337,50	\$ 675,01	\$ 161,79	\$ 499,30	\$ 19.575,24	2
\$ 337,50	\$ 1.012,51	\$ 159,05	\$ 496,55	\$ 19.237,73	3
\$ 337,50	\$ 1.350,02	\$ 156,31	\$ 493,81	\$ 18.900,23	4
\$ 337,50	\$ 1.687,52	\$ 153,56	\$ 491,07	\$ 18.562,73	5
\$ 337,50	\$ 2.025,02	\$ 150,82	\$ 488,33	\$ 18.225,22	6
\$ 337,50	\$ 2.362,53	\$ 148,08	\$ 485,58	\$ 17.887,72	7
\$ 337,50	\$ 2.700,03	\$ 145,34	\$ 482,84	\$ 17.550,21	8
\$ 337,50	\$ 3.037,54	\$ 142,60	\$ 480,10	\$ 17.212,71	9
\$ 337,50	\$ 3.375,04	\$ 139,85	\$ 477,36	\$ 16.875,20	10
\$ 337,50	\$ 3.712,55	\$ 137,11	\$ 474,62	\$ 16.537,70	11
\$ 337,50	\$ 4.050,05	\$ 134,37	\$ 471,87	\$ 16.200,20	12
\$ 337,50	\$ 4.387,55	\$ 131,63	\$ 469,13	\$ 15.862,69	13
\$ 337,50	\$ 4.725,06	\$ 128,88	\$ 466,39	\$ 15.525,19	14
\$ 337,50	\$ 5.062,56	\$ 126,14	\$ 463,65	\$ 15.187,68	15
\$ 337,50	\$ 5.400,07	\$ 123,40	\$ 460,90	\$ 14.850,18	16
\$ 337,50	\$ 5.737,57	\$ 120,66	\$ 458,16	\$ 14.512,68	17
\$ 337,50	\$ 6.075,07	\$ 117,92	\$ 455,42	\$ 14.175,17	18
\$ 337,50	\$ 6.412,58	\$ 115,17	\$ 452,68	\$ 13.837,67	19
\$ 337,50	\$ 6.750,08	\$ 112,43	\$ 449,94	\$ 13.500,16	20
\$ 337,50	\$ 7.087,59	\$ 109,69	\$ 447,19	\$ 13.162,66	21
\$ 337,50	\$ 7.425,09	\$ 106,95	\$ 444,45	\$ 12.825,16	22
\$ 337,50	\$ 7.762,59	\$ 104,20	\$ 441,71	\$ 12.487,65	23
\$ 337,50	\$ 8.100,10	\$ 101,46	\$ 438,97	\$ 12.150,15	24
\$ 337,50	\$ 8.437,60	\$ 98,72	\$ 436,22	\$ 11.812,64	25
\$ 337,50	\$ 8.775,11	\$ 95,98	\$ 433,48	\$ 11.475,14	26

Continúa

Continúa

\$ 337,50	\$ 9.112,61	\$ 93,24	\$ 430,74	\$ 11.137,64	27
\$ 337,50	\$ 9.450,11	\$ 90,49	\$ 428,00	\$ 10.800,13	28
\$ 337,50	\$ 9.787,62	\$ 87,75	\$ 425,26	\$ 10.462,63	29
\$ 337,50	\$ 10.125,12	\$ 85,01	\$ 422,51	\$ 10.125,12	30
\$ 337,50	\$ 10.462,63	\$ 82,27	\$ 419,77	\$ 9.787,62	31
\$ 337,50	\$ 10.800,13	\$ 79,52	\$ 417,03	\$ 9.450,11	32
\$ 337,50	\$ 11.137,64	\$ 76,78	\$ 414,29	\$ 9.112,61	33
\$ 337,50	\$ 11.475,14	\$ 74,04	\$ 411,54	\$ 8.775,11	34
\$ 337,50	\$ 11.812,64	\$ 71,30	\$ 408,80	\$ 8.437,60	35
\$ 337,50	\$ 12.150,15	\$ 68,56	\$ 406,06	\$ 8.100,10	36
\$ 337,50	\$ 12.487,65	\$ 65,81	\$ 403,32	\$ 7.762,59	37
\$ 337,50	\$ 12.825,16	\$ 63,07	\$ 400,58	\$ 7.425,09	38
\$ 337,50	\$ 13.162,66	\$ 60,33	\$ 397,83	\$ 7.087,59	39
\$ 337,50	\$ 13.500,16	\$ 57,59	\$ 395,09	\$ 6.750,08	40
\$ 337,50	\$ 13.837,67	\$ 54,84	\$ 392,35	\$ 6.412,58	41
\$ 337,50	\$ 14.175,17	\$ 52,10	\$ 389,61	\$ 6.075,07	42
\$ 337,50	\$ 14.512,68	\$ 49,36	\$ 386,86	\$ 5.737,57	43
\$ 337,50	\$ 14.850,18	\$ 46,62	\$ 384,12	\$ 5.400,07	44
\$ 337,50	\$ 15.187,68	\$ 43,88	\$ 381,38	\$ 5.062,56	45
\$ 337,50	\$ 15.525,19	\$ 41,13	\$ 378,64	\$ 4.725,06	46
\$ 337,50	\$ 15.862,69	\$ 38,39	\$ 375,90	\$ 4.387,55	47
\$ 337,50	\$ 16.200,20	\$ 35,65	\$ 373,15	\$ 4.050,05	48
\$ 337,50	\$ 16.537,70	\$ 32,91	\$ 370,41	\$ 3.712,55	49
\$ 337,50	\$ 16.875,20	\$ 30,16	\$ 367,67	\$ 3.375,04	50
\$ 337,50	\$ 17.212,71	\$ 27,42	\$ 364,93	\$ 3.037,54	51
\$ 337,50	\$ 17.550,21	\$ 24,68	\$ 362,18	\$ 2.700,03	52
\$ 337,50	\$ 17.887,72	\$ 21,94	\$ 359,44	\$ 2.362,53	53
\$ 337,50	\$ 18.225,22	\$ 19,20	\$ 356,70	\$ 2.025,02	54
\$ 337,50	\$ 18.562,73	\$ 16,45	\$ 353,96	\$ 1.687,52	55
\$ 337,50	\$ 18.900,23	\$ 13,71	\$ 351,22	\$ 1.350,02	56
\$ 337,50	\$ 19.237,73	\$ 10,97	\$ 348,47	\$ 1.012,51	57
\$ 337,50	\$ 19.575,24	\$ 8,23	\$ 345,73	\$ 675,01	58
\$ 337,50	\$ 19.912,74	\$ 5,48	\$ 342,99	\$ 337,50	59
\$ 337,50	\$ 20.250,25	\$ 2,74	\$ 340,25	\$ 0,00	60

**Fuente:** Estudio Económico Financiero

**Elaborado por:** Kathy Salazar

### 3.4.5. Costos directos

Son los gastos incurridos en la producción, administración y venta de los productos o servicios. Por lo tanto, la gestión de costos conlleva tener manejo adecuado del costo de los proyectos de la empresa, para los cuales hay que programar los recursos disponibles y evaluar la rentabilidad de los mismos; estimando su costo, preparando el presupuesto y controlando las variaciones en los desembolsos del mismo.

Además, la gestión de costos es de gran interés para la empresa porque nos permite mejorar la creciente la necesidad de competitividad y es fundamental para la toma de decisiones. También, hoy nadie duda que el precio lo fija el mercado, aunque hace un tiempo los objetivos de conocer los costos estaba la fijación del precio de venta.

#### 3.4.5.1. Materia prima

La materia prima es proporcionada por la matriz ubicada en la ciudad de Latacunga, la cantidad se adquiere considerando la demanda insatisfecha del 10% de 340.693 libras de carne (pollo, res, cerdo) que se pretende cubrir a un precio aproximado de \$1,55 la libra de los cárnicos mencionados.

**Tabla 35-3:** Materia Prima

CANT	COSTOS INDIRECTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL/ SEMANAL	COSTO TOTAL/ MENSUAL	COSTO TOTAL/ ANUAL
340693	Mercadería	\$ 1,55	\$ 11.001,54	\$ 44.006,15	\$ 528.073,82
	<b>Total</b>	<b>\$ 1,55</b>		<b>\$ 44.006,15</b>	<b>\$ 528.073,82</b>

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

### 3.4.5.2. Mano de Obra Directa

La mano de obra directa se considera la mano de obra de aquellas personas que prestan servicio directamente a los clientes para la venta de la carne.

**Tabla 36-3:** Mano de obra directa

Se contrata dos vendedores para iniciar el negocio, de acuerdo a la necesidad futura se contratará más personal.

DETALLE	Nº	SUELDO MENSUAL	TOTAL	SUELDO ANUAL	XIII	XIV	AP IESS	TOTAL	IESS IND	TOTAL	FONDO DE RESERVA	TOTAL
Vendedor 1	1	394,00	394,00	4.728,00	394,00	366,00	574,45	6.062,45	442,07	5.620,38	393,84	6.014,23
Vendedor 2	1	394,00	394,00	4.728,00	394,00	366,00	574,45	6.062,45	442,07	5.620,38	393,84	6.014,23
<b>Total</b>		-	<b>\$788,00</b>	<b>\$ 9.456,00</b>	<b>\$788,0</b>	<b>\$732,0</b>	<b>\$1.148,9</b>	<b>\$12.124,90</b>	<b>\$884,14</b>	<b>\$11.240,77</b>	<b>\$787,68</b>	<b>\$12.028,45</b>

**Fuente:** Estudio Económico Financiero

**Elaborado por:** Kathy Salazar

### 3.4.5.3. Costos indirectos

Los costos indirectos son todos aquellos costos causados durante el proceso de elaboración del producto o servicio en la organización, que no pueden ser asociados al producto, que no son identificables fácilmente y por tanto no pueden ser asignados a un área de costos y hacerles seguimiento resulta costoso o poco factible.

**Tabla 37-3:** Insumo de ventas

CAN T	INSUMOS DE VENTAS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL/ MENSUAL	COSTO TOTAL/ ANUAL
5	Fundas transparente	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 120,00
1000	Pequeñas	\$ 0,2	\$ 200	\$ 2.400,00
1000	Medianas	\$ 0,2	\$ 200	\$ 2.400,00
1000	Grandes	\$ 0,2	\$ 200	\$ 2.400,00
	<b>Total</b>	-	<b>\$ 610,00</b>	<b>\$ 7.320,00</b>

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

**Tabla 38-3:** Insumo de aseo

CAN T	INSUMOS DE ASEO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL/ MENSUAL	COSTO TOTAL/ ANUAL
2	Escobas	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 48,00
2	Trapeadores	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 72,00
2	Desinfectantes	\$ 1,50	\$ 3,00	\$ 36,00
	<b>Total</b>	<b>\$ 6,50</b>	<b>\$ 13,00</b>	<b>\$ 156,00</b>

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

**Tabla 39-3:** Gasto mantenimiento

CAN T	GASTOS DE MANTENIMIENTO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL/ MENSUAL	COSTO TOTAL/ ANUAL
1	maquinaria y equipo	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
	<b>Total</b>	-	<b>\$ 50,00</b>	<b>\$ 600,00</b>

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

### 3.4.6. Gastos

#### 3.4.6.1. Gastos Administrativos

DETALLE	N°	S/MS	TOTAL	S/ANUAL	XII	XIV	AP IESS	TOTAL	IESS IND	TOTAL	FONDO DE RESERVA	TOTAL
Servicios profesionales	1	200,00	200,00	2.400,00	200,00	366,00	291,60	3.257,60	24,40	3.033,20	199,92	3.233,12
Servicios profesionales	1	200,00	200,00	2.400,00	200,00	366,00	291,60	3.258,60	224,40	3.034,20	199,92	3.234,12
<b>Total</b>		<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>4.800,00</b>	<b>400,00</b>	<b>732,00</b>	<b>583,20</b>	<b>6.516,20</b>	<b>448,80</b>	<b>6.067,40</b>	<b>399,84</b>	<b>6.467,24</b>

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

#### 3.4.6.2. Gastos Publicidad

CANT	INSUMOS DE VENTAS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL/ MENSUAL	COSTO TOTAL/ ANUAL
12	Facebook	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
6	Gigantografías	\$ 24,00	\$ 12,00	\$ 144,00
1	Página web	\$ 250,00		\$ 250,00
	<b>Total</b>	<b>\$ 284,00</b>	<b>\$ 22,00</b>	<b>\$ 514,00</b>

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

### 3.4.6.3. Gasto Depreciación

Para el cálculo de la depreciación anual (DA) de los activos tangibles se utiliza el método de línea rectas. Cuya fórmula es la siguiente:

$$DA = \frac{\text{Valor de adquisición}}{\text{Años de vida útil}}$$

La información presentada será hasta los cinco años de evaluación.

ACTIVO TANGIBLE	AÑOS VIDA ÚTIL	%ANUAL
Construcción	20	5
Muebles y enseres	10	10
Maquinaria y equipo	10	10
Vehículos	5	20
Equipo de cómputo y software	3	33,33

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

**Tabla 40-3:** Depreciación maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor depreciable	33.000,00	-	-	-	-	-
Depreciación anual	-	\$3.300,00	\$3.300,00	\$3.300,00	\$3.300,00	\$ 3.300,00
Depreciación acumulada	-	\$3.300,00	\$6.600,00	\$9.900,00	\$13.200,00	\$16.500,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

**Tabla 41-3:** Depreciación herramientas de producción

HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor depreciable	\$495,00	-	-	-	-	-
Depreciación anual	-	\$49,50	\$49,50	\$49,50	\$49,50	\$49,50
Depreciación acumulada	-	\$49,50	\$99,00	\$148,50	\$198,00	\$247,50

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

**Tabla 42-3:** Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor depreciable	\$200,00	-	-	-	-	-
Depreciación anual	-	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00
Depreciación acumulada	-	\$20,00	\$40,00	\$60,00	\$80,00	\$100,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

**Tabla 43-3:** Equipo de cómputo

EQUIPO DE COMPUTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor depreciable	\$1.950,00	-	-	-	-	-
Depreciación anual	-	\$649,94	\$ 649,94	\$649,94	-	-
Depreciación acumulada	-	\$649,94	\$1.299,87	\$1.949,81	-	-

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

**Tabla 44-3:** Depreciación Equipo de oficina

EQUIPO DE OFICINA	AÑO0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Valor depreciable	\$138,00	-	-	-	-	-
Depreciación anual	-	\$13,80	\$13,80	\$13,80	\$13,80	\$13,80
Depreciación acumulada	-	\$13,80	\$27,60	\$41,40	\$55,20	\$69,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

*3.4.6.4. Gasto amortización***Tabla 45-3:** Amortización gasto constitución

AMORTIZACION	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Gastos de Constitución	\$2500,00	-	-	-	-	-
	-	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

**Tabla 46-3:** Amortización gasto organización

AMORTIZACION	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Gastos de Organización	\$300,00	-	-	-	-	-
	-	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

**Tabla 47-3:** Amortización investigación

AMORTIZACION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de investigación	\$ 500,00	-	-	-	-	-
	-	\$ 20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar



### 3.4.7. Ingresos del proyecto

Para el cálculo de los ingresos por venta se considera la demanda insatisfecha calculada por cada año, multiplicado por el precio promedio de venta obteniendo su respectivo total anual.

DEMANDA	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Consumo de Libras/ Anual	340693 lb	342302 lb	343697 lb	344887 lb	345844 lb	346604 lb
Precio de venta	\$1,85	\$1,89	\$1,92	\$1,96	\$2,00	\$2,03
<b>Total ingreso/anual</b>	<b>\$630.281,7 6</b>	<b>\$645.416,7 4</b>	<b>\$660.490,1 4</b>	<b>\$675.502,2 9</b>	<b>\$690.383,1 0</b>	<b>\$705.184,2 5</b>

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

### 3.4.8. Estado de resultados proyectado

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	630.281,66	645.416,74	660.490,14	675.502,3	690.383
Costos	536.149,82	546.443,90	556.935,62	567.628,8	578.527
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>94.131,84</b>	<b>98.972,84</b>	<b>103.554,51</b>	<b>107.873,5</b>	<b>111.855</b>

Gastos Administrativos	25.718,39	26.212,18	26.715,46	27.228,39	27.751,2
Gasto Depreciación	733,24	733,24	733,24	83,30	83,30
Gastos de Amortización	132,00	132,00	132,00	132,00	132,00
Gastos Financieros	5.843,46	5.448,58	5.053,70	4.658,82	4.263,94
Gasto publicidad	514,00	523,87	533,93	544,18	554,63
<b>Total Gastos</b>	<b>32.941,09</b>	<b>33.049,87</b>	<b>33.168,32</b>	<b>32.646,69</b>	<b>32.785,1</b>

<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>61.190,75</b>	<b>65.922,97</b>	<b>70.386,19</b>	<b>75.226,80</b>	<b>79.070,8</b>
-----------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	-----------------

<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN LABORAL</b>	<b>61.190,75</b>	<b>65.922,97</b>	<b>70.386,19</b>	<b>75.226,80</b>	<b>79.070,8</b>
--	------------------	------------------	------------------	------------------	-----------------

15% Participación laboral	9.178,61	9.888,45	10.557,93	11.284,02	11.860,6
---------------------------	----------	----------	-----------	-----------	----------

<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>52.012,14</b>	<b>56.034,53</b>	<b>9.828,26</b>	<b>63.942,78</b>	<b>67.210,2</b>
------------------------------------	------------------	------------------	-----------------	------------------	-----------------

25% Impuesto a la Renta	13.003,03	14.008,63	4.957,07	15.985,70	16.802,5
-------------------------	-----------	-----------	----------	-----------	----------

<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>9.039009,10</b>	<b>42.025,89</b>	<b>44.871,20</b>	<b>47.957,09</b>	<b>50.407,6</b>
----------------------	--------------------	------------------	------------------	------------------	-----------------

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

### 3.4.9. Flujo de caja proyectado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Ingresos		\$ 630.281,66	\$ 645.416,74	\$ 660.490,14	\$ 675.502,29	\$ 690.383,10
(-) Costos		\$ (536.149,82)	\$ (546.443,90)	\$ (556.935,62)	\$ (567.628,79)	\$ (578.527,26)
(-) Gastos		\$ (32.941,09)	\$ (33.049,87)	\$ (33.168,32)	\$ (32.646,69)	\$ (32.785,05)
<b>Flujo operacional</b>		<b>\$ 61.190,75</b>	<b>\$ 65.922,97</b>	<b>\$ 70.386,19</b>	<b>\$ 75.226,80</b>	<b>\$ 79.070,79</b>
(+) Crédito a contratarse						
(+) Aporte de Capital						
(+) Otros Ingresos						
(-) Pago impuestos		\$ 13.003,03	\$ 14.008,63	\$ 14.957,07	\$ 15.985,70	\$ 16.802,54
(-) Pago Participación laboral		\$ 9.178,61	\$ 9.888,45	\$ 10.557,93	\$ 11.284,02	\$ 11.860,62
		<b>\$ 39.009,10</b>	<b>\$ 42.025,89</b>	<b>\$ 44.871,20</b>	<b>\$ 47.957,09</b>	<b>\$ 50.407,63</b>
Variación de capital	\$ 50.625,61					
Necesidad de Capital de trabajo						
Variación de Capital de Trabajo						
<b>flujo neto</b>	<b>\$ 50.625,61</b>	<b>\$ 39.009,10</b>	<b>\$ 42.025,89</b>	<b>\$ 44.871,20</b>	<b>\$ 47.957,09</b>	<b>\$ 50.407,63</b>

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

### 3.4.10. Balance General Proyectado

ACTIVO	Año 2020		Año 2021		Año 2022		Año 2023		Año 2024	
<b>Activo Corriente</b>										
Caja-Bancos	\$5.851,37		\$6.303,88		\$6.730,68		\$7.193,56		\$7.561,14	
Materia Prima	\$349.994,65		\$342301,720 6		\$343.697,03		\$344.887,02		\$345.844,41	
<b>Total, activo corriente</b>		<b>\$355.846,01</b>		<b>\$348.605,60</b>		<b>\$350.427,71</b>		<b>\$352.080,58</b>		<b>\$353.405,6</b>
<b>Activo Fijo</b>										
Maquinaria y Equipo	\$33.000,00		\$33.000,00		\$33.000,00		\$33.000,00		\$33.000,00	
Herramientas de producción	\$495,00		\$495,00		\$495,00		\$495,00		\$495,00	
Muebles y enseres	\$200,00		\$200,00		\$200,00		\$200,00		\$200,00	
Equipo de computo	\$1.950,00		\$1.950,00		\$1.950,00		\$1.950,00		\$1.950,00	
Equipo de oficina	\$138,00		\$138,00		\$138,00		\$138,00		\$138,00	
(-) Depreciación	\$733,24		\$733,24		\$733,24		\$83,30		\$83,30	
<b>Total, activo fijo</b>		<b>\$35.049,77</b>		<b>\$35.049,77</b>		<b>\$35.049,77</b>		<b>\$35.699,70</b>		<b>\$35.699,70</b>
<b>Activo Diferido</b>										
Gastos de Constitución	\$2.500,00		\$2.500,00		\$2.500,00		\$2.500,00		\$2.500,00	
Gastos de Organización	\$300,00		\$300,00		\$300,00		\$300,00		\$300,00	
Gastos de Investigación	\$500,00		\$500,00		\$500,00		\$500,00		\$500,00	
(-) Amortización	\$132,00		\$132,00		\$132,00		\$132,00		\$132,00	
<b>Total, activo diferido</b>		<b>\$3.168,00</b>		<b>\$3.168,00</b>		<b>\$3.168,00</b>		<b>\$3.168,00</b>		<b>\$3.168,00</b>
<b>Total, Activo</b>		<b>\$394.063,78</b>		<b>\$386.823,37</b>		<b>\$388.645,47</b>		<b>\$390.948,28</b>		<b>\$392.273,3</b>
<b>PASIVO</b>										
<b>Pasivo Corriente</b>										

Obligaciones Financieras	\$5.843,46		\$5.448,58		\$5.053,70		\$4.658,82		\$4.263,94	
Participación trabajadores por pagar	\$9.178,61		\$9.888,45		\$10.557,93		\$11.284,02		\$11.860,62	
IESS por pagar	\$1.732,10		\$1.732,10		\$1.732,10		\$1.732,10		\$1.732,10	
<b>Total, Pasivo Corriente</b>		<b>\$16.754,18</b>		<b>\$17.069,13</b>		<b>\$17.343,73</b>		<b>\$17.674,95</b>		<b>\$17.856,67</b>
<b>PATRIMONIO</b>										
Capital social	\$334.399,59		\$323.525,75		\$321.943,42		\$320.520,5		\$318.968,2	
Reserva legal	\$ 3.900,91		\$4.202,59		\$4.487,12		\$4.795,71		\$5.040,76	
Utilidades retenidas	\$ 39.009,10		\$42.025,89		\$44.871,20		\$47.957,09		\$50.407,63	
<b>Total, Patrimonio</b>		<b>\$377.309,60</b>		<b>\$369.754,24</b>		<b>\$371.301,74</b>		<b>\$373.273,34</b>		<b>\$374.416,6</b>
<b>Total, pasivo- patrimonio</b>		<b>\$394.063,78</b>		<b>\$386.823,37</b>		<b>\$388.645,47</b>		<b>\$390.948,28</b>		<b>\$392.273,3</b>

**Fuente:** Estudio Económico Financiero

**Elaborado por:** Kathy Salazar

### 3.4.11. Punto de equilibrio

En economía y en los negocios el punto de equilibrio es un indicador en el que los costos, gastos y los ingresos son iguales: no hay pérdida neta ni ganancia. El punto de equilibrio es expresado en volumen de producción y ventas, donde las ventas de productos necesariamente cubren los costos totales incurridos, con el fin de identificar la igualdad de estas cuatro variables, las mismas que son cantidades, precios, costo variable unitario y costos fijos.

El punto de equilibrio es de gran importancia para la gestión del negocio, porque aportará con información relevante sobre el estado en que se encuentra la empresa. Para llegar al punto de equilibrio es necesario conocer los costos fijos, costos variables y el margen de contribución.

**Tabla 1-3:** Resumen Costos Fijos y Variables

COSTOS FIJOS		
Gasto administrativo		\$ 6.467,24
Gasto ventas		\$ 12.028,45
Gasto financiero		\$ 5.843,46
Gasto depreciación		\$ 733,24
Gasto amortización		\$ 132,00
<b>Total costos fijos</b>		<b>\$ 25.204,39</b>
COSTOS VARIABLES		
Gasto publicidad		\$ 514,00
Costos Directos		\$ 528.073,82
Insumos de aseo		\$ 156,00
Insumos de ventas		\$ 7.320,00
<b>Total costos variables</b>		<b>\$ 536.063,82</b>

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

- Punto de equilibrio por libras

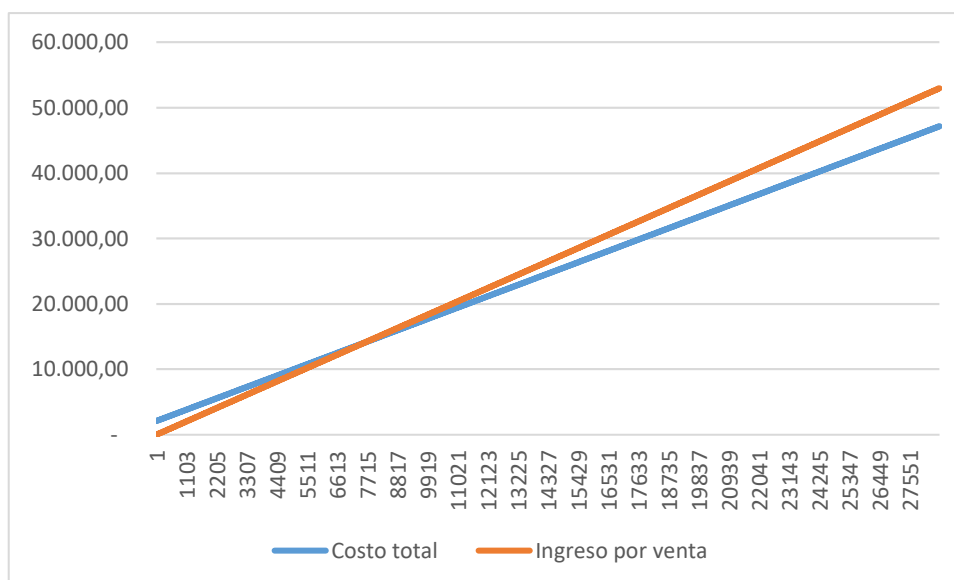
VENTAS	\$ 630.281,66
Libras producidas	340693 lb
Costo fijo unitario	\$ 0,07
Precio venta	\$ 1,85

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo mensuales}}{\text{Precio unitario} - \text{Costos variables unitario}} =$$

$$PE = \frac{2100.37}{1.85 - 1.57} = 7594.95 \text{ Cantidad de equilibrio}$$

Ingreso de Equilibrio= Cantidad en libras de equilibrio\* Precio de venta

Ingreso de Equilibrio= 7594.95 \* 1,85= \$14050.65



**Gráfico 1-3: Punto de equilibrio**

**Fuente:** Estudio Económico Financiero

**Elaborado por:** Kathy Salazar

El punto de equilibrio se evidencia cuando se vende 7594.95 libras de carne obteniendo un ingreso de \$14050.65

### 3.4.12. Evaluación financiera

La evaluación financiera tiene como objetivo determinar los niveles de rentabilidad del proyecto para lo cual se compara los ingresos que genera el proyecto con los costos en los que el proyecto incurre tomando en cuenta el costo de oportunidad de los fondos.

Por otro lado, también se debe determinar la estructura y condición de financiamiento, y a su vez la afectación del proyecto hacia las finanzas de la entidad, ya que esto determinará si la misma es sujeto de crédito ante la posible necesidad de financiamiento.

En general se puede decir que la evaluación financiera es el estudio que se hace de la información, que proporciona la contabilidad y toda la demás información disponible para tratar de determinar la situación financiera o sector específico de ésta. (Baca G, 2001)

#### 3.4.12.1. Valor Actual Neto

Valor presente es también conocido como Valor actual neto (VAN) este es uno de los métodos financieros que tiene como objetivo tomar en cuenta los flujos de efectivo en función del tiempo. Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo. La tasa que éste utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa (K), por debajo del cual los proyectos de inversión no deben ser ejecutados.

Siendo A= Desembolso Inicial

Q= Flujo neto de caja del año i.

K= Tipo de actualización o descuento

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{1+K} + \frac{Q_2}{(1+K)^2} + \dots + \frac{Q_N}{(1+K)^N}$$

**Tabla 29-3:** Cálculo del VAN

	TASA 8,79	\$ (50.625,61)	INVERSIÓN
$\frac{39009,10}{(1 + 0,0879)^1} =$	\$ 39.009,10	=	\$ 35.857,25
$\frac{42025,89}{(1 + 0,0879)^2} =$	\$ 42.025,89	=	\$ 35.509,05
$\frac{44871,20}{(1 + 0,0879)^3} =$	\$ 44.871,20	=	\$ 34.849,83
$\frac{47957,09}{(1 + 0,0879)^4} =$	\$ 47.957,09	=	\$ 34.237,09
$\frac{50407,63}{(1 + 0,0879)^5} =$	\$ 50.407,63	=	\$ 33.078,93
<b>Total</b>			<b>\$ 173.532,15</b>

VAN =	\$ (50.625,61)	\$ 173.532,15
VAN =	<b>\$ 122.906,54</b>	

**Fuente:** Estudio Económico Financiero

**Elaborado por:** Kathy Salazar

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

$VAN > 0 \rightarrow$  el proyecto es rentable.

$VAN = 0 \rightarrow$  el proyecto es rentable también, porque ya está incorporado ganancia

$VAN < 0 \rightarrow$  el proyecto no es rentable

En el presente proyecto presenta un valor de \$ **122.906,54** correspondiente al  $VAN > 0$  lo que indica que el proyecto es rentable.

#### 3.4.12.2. Tasa Interna de Retorno

Se calcula con una tasa de interés pasiva de 7.66%, esta tasa es el tipo de interés que los bancos pagan por los préstamos que obtienen en el mercado, que puede ser representado por depósitos a la vista, depósitos a plazo, bonos, créditos de otras entidades de crédito u otros productos de similares características.

**Tabla 30-3:** Cálculo TIR

		TASA 7,66%	\$ (50.625,61)	INVERSIÓN
39009,10	=	\$ 39.009,10		\$ 36.233,61
$1 / (1 + 0,0766)^1$		1,08		
42025,89	=	\$ 42.025,89	=	\$ 36.258,36
$1 / (1 + 0,0766)^2$		\$ 1,16		
44871,20	=	\$ 44.871,20	=	\$ 35.958,75
$1 / (1 + 0,0766)^3$		1,25		
47957,09	=	\$ 47.957,09	=	\$ 35.697,29
$1 / (1 + 0,0766)^4$		1,34		
50407,63	=	\$ 50.407,63	=	\$ 34.851,74
$1 / (1 + 0,0766)^5$		1,45		
		<b>TOTAL</b>		<b>\$ 178.999,75</b>

VAN =	\$ (50.625,61)	\$ 178.999,75
VAN =	<b>\$ 128.374,13</b>	

**Fuente:** Estudio Económico Financiero

**Elaborado por:** Kathy Salazar

En términos más específicos, la TIR de la inversión es la tasa de interés a la que el valor actual neto de los costos (los flujos de caja negativos) de la inversión es igual al valor presente neto de los beneficios (flujos positivos de efectivo) de la inversión.

$$TIR = Tm + (TM - Tm) \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 7,66 + (8,79 - 7,66) \frac{128374,13}{128374,13 - 122906,54}$$

$$TIR = 34,19$$

La tasa interna de retorno es el indicador más conveniente para conocer la factibilidad del proyecto.

La tasa interna de retorno calculada del 34.19%, significa que es mejor invertir el dinero en el proyecto que ponerlo a producir en una entidad financiera, ya que esta se encuentra en una tasa del 7.66%.



### 3.4.12.3. Relación Beneficio Costo

Compara a base de razones, el VAN de las entradas de efectivo futuras, con el VAN del desembolso original y de otros que se hagan en el futuro; dividiendo el primero entre el segundo. (Ecolink, 2018)

**Tabla 51-3:** Tabla Relación Beneficio Costo

CICLOS	INGRESOS	VAN INGRESOS	COSTOS GASTOS	VAN EGRESOS
		\$ 630.281,66		\$ 503.208,74
Año 1	\$ 630.281,66	\$ 585.437,17	\$ 503.208,74	\$ 467.405,48
Año 2	\$ 645.416,74	\$ 556.841,35	\$ 513.394,03	\$ 442.937,11
Año 3	\$ 660.490,14	\$ 529.301,60	\$ 523.767,30	\$ 419.735,07
Año 4	\$ 675.502,29	\$ 502.816,27	\$ 534.982,09	\$ 398.218,79
Año 5	\$ 690.383,10	\$ 477.329,50	\$ 545.742,21	\$ 377.325,08
	<b>VAN Ingresos</b>	\$ 3.282.007,55	<b>VAN Egresos</b>	\$ 2.608.830,26

$R\ B/C = \frac{VAN\ ingresos}{VAN\ egresos} = 1,26$
--

**Fuente:** Estudio Económico Financiero

**Elaborado por:** Kathy Salazar

El análisis beneficio costos es la relación en términos de valor actual de los ingresos operacionales y egresos operacionales; permite determinar la generación de excedentes fruto de la actividad principal del proyecto, esta técnica de evaluación que se emplea para determinar la convivencia y oportunidad de un proyecto.

Si la relación es mayor que 1 el proyecto es económicamente recomendable, si es igual a 1 no tiene utilidad y si la relación es menor que 1 no es recomendable.

El beneficio costo de la empresa es de \$1.26 que significa que por cada dólar que invierto en el proyecto se recupera el dólar más un excedente de veinte y seis centavos por lo que el proyecto es económicamente rentable.

### 3.4.12.4. Periodo de recuperación

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones. (Ecolink, 2018)

**Tabla 42-3:** Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
0	\$ 50.625,61		
1		\$ 39.009,10	
2		\$ 42.025,89	\$ 81.035,00
3		\$ 44.871,20	\$ 125.906,19
4		\$ 3.923.651,45	\$ 4.049.557,64
5		\$ 50.407,63	\$ 4.099.965,27

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Kathy Salazar

$$PRC = \frac{\text{Suma de los flujos que supere la inversión} - \text{inversión}}{\text{Flujo neto año que supera la inversión}}$$

$$PRC = \frac{81035,00 - 50625,61}{42025,89}$$

$$PRC = 1,723586816$$

$$\begin{array}{l} 1 \quad 1 \quad 1 \quad \text{Año} \\ 0,723586816 * 12 \quad 0,868304179 \quad 8 \quad \text{Meses} \\ 0,868304179 * 30 = 26,04912537 \quad 26 \quad \text{Días} \end{array}$$

Esta empresa comienza a recuperar el capital a partir de 1 año 8 meses y 26 días

#### 3.4.12.5. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es una herramienta que facilitará la toma de decisiones, el cual permite diseñar escenarios en los cuales se podrá analizar los posibles resultados del proyecto, cambiando valores de sus variables y restricciones financieras, para evaluar el impacto en el resultado final. (Ecolink, 2018)

Para este análisis se tomó en cuenta el escenario probable para realizar las modificaciones correspondientes. El análisis de sensibilidad representa el punto de equilibrio financiero manteniendo estables todos los componentes del flujo exceptuando siempre uno solo. El siguiente

análisis se manejaron 3 variaciones de variables, estas variables son: los ingresos, el precio y los egresos.

Para este análisis se propondrá tres escenarios posibles:

1. Primer supuesto: Aumento de costos y gastos en un 10%.
2. Segundo supuesto: Precio disminuye en un 5%.
3. Incremento costo de la materia prima 5%

**Primer supuesto: Aumento de costos y gastos en un 10%.**

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 630.281,66	\$ 645.416,74	\$ 660.490,14	\$ 675.502,29	\$ 690.383,10
Costos	\$ 589.764,81	\$ 601.088,29	\$ 612.629,19	\$ 624.391,67	\$ 636.379,99
<b>Utilidad bruta en ventas</b>	<b>\$ 40.516,85</b>	<b>\$ 44.328,45</b>	<b>\$ 47.860,95</b>	<b>\$ 51.110,62</b>	<b>\$ 54.003,11</b>
Gastos Administrativos	\$ 28.290,23	\$ 28.833,40	\$ 29.387,00	\$ 29.951,23	\$ 30.526,30
Gasto Depreciación	\$ 806,56	\$ 806,56	\$ 806,56	\$ 91,63	\$ 91,63
Gastos de Amortización	\$ 145,20	\$ 145,20	\$ 145,20	\$ 145,20	\$ 145,20
Gastos Financieros	\$ 6.427,81	\$ 5.993,44	\$ 5.559,07	\$ 5.124,70	\$ 4.690,34
Gasto publicidad	\$ 565,40	\$ 576,26	\$ 587,32	\$ 598,60	\$ 610,09
<b>Total, Gastos</b>	<b>\$ 36.235,19</b>	<b>\$ 36.354,85</b>	<b>\$ 36.485,15</b>	<b>\$ 35.911,36</b>	<b>\$ 36.063,55</b>
<b>Utilidad operacional</b>	<b>\$ 4.281,66</b>	<b>\$ 7.973,59</b>	<b>\$ 11.375,80</b>	<b>\$ 15.199,25</b>	<b>\$ 17.939,56</b>
<b>Utilidad antes de participación laboral</b>	<b>\$ 4.281,66</b>	<b>\$ 7.973,59</b>	<b>\$ 11.375,80</b>	<b>\$ 15.199,25</b>	<b>\$ 17.939,56</b>
15% Participación laboral	\$ 642,25	\$ 1.196,04	\$ 1.706,37	\$ 2.279,89	\$ 2.690,93
Utilidad antes de impuestos	\$ 3.639,41	\$ 6.777,55	\$ 9.669,43	\$ 12.919,37	\$ 15.248,63
25% Impuesto a la Renta	\$ 909,85	\$ 1.694,39	\$ 2.417,36	\$ 3.229,84	\$ 3.812,16
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 2.729,56</b>	<b>\$ 5.083,17</b>	<b>\$ 7.252,07</b>	<b>\$ 9.689,52</b>	<b>\$ 11.436,47</b>

CONCEPTO	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujo en condición normal	\$ 39.009,10	\$ 42.025,89	\$ 44.871,20	\$ 47.957,09	\$ 50.407,63
Flujo primer supuesto	\$ 2.729,56	\$ 5.083,17	\$ 7.252,07	\$ 9.689,52	\$ 11.436,47
variación	\$ 36.279,55	\$ 36.942,73	\$ 37.619,13	\$ 38.267,56	\$ 38.971,16

<b>VAN</b>	<b>\$ (23.766,85)</b>
<b>TIR</b>	<b>Negativo</b>

En el primer supuesto el proyecto presenta un valor de \$ **(23.766,85)** correspondiente al VAN < 0 lo que indica que el proyecto no es rentable si aumenta los costos y gastos en su precio el 10%.

La tasa interna de retorno calculada es negativa significa que es mejor invertir el dinero en el Banco con una tasa del 7.66% que en el proyecto

**Segundo Supuesto: Precio disminuye en un 5%.**

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 598.767,58	\$ 613.145,90	\$ 627.465,63	\$ 641.727,17	\$ 655.863,95
Costos	\$ 536.149,82	\$ 546.443,90	\$ 556.935,62	\$ 567.628,79	\$ 578.527,26
<b>Utilidad bruta en ventas</b>	<b>\$ 62.617,75</b>	<b>\$ 66.702,00</b>	<b>\$ 70.530,00</b>	<b>\$ 74.098,38</b>	<b>\$ 77.336,69</b>
Gastos Administrativos	\$ 25.718,39	\$ 26.212,18	\$ 26.715,46	\$ 27.228,39	\$ 27.751,18
Gasto Depreciación	\$ 733,24	\$ 733,24	\$ 733,24	\$ 83,30	\$ 83,30
Gastos de Amortización	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00
Gastos Financieros	\$ 5.843,46	\$ 5.448,58	\$ 5.053,70	\$ 4.658,82	\$ 4.263,94
Gasto publicidad	\$ 514,00	\$ 523,87	\$ 533,93	\$ 544,18	\$ 554,63
<b>Total Gastos</b>	<b>\$ 32.941,09</b>	<b>\$ 33.049,87</b>	<b>\$ 33.168,32</b>	<b>\$ 32.646,69</b>	<b>\$ 32.785,05</b>
<b>Utilidad operacional</b>	<b>\$ 29.676,67</b>	<b>\$ 33.652,13</b>	<b>\$ 37.361,68</b>	<b>\$ 41.451,69</b>	<b>\$ 44.551,64</b>
<b>Utilidad antes de participación laboral</b>	<b>\$ 29.676,67</b>	<b>\$ 33.652,13</b>	<b>\$ 37.361,68</b>	<b>\$ 41.451,69</b>	<b>\$ 44.551,64</b>
15% Participación laboral	\$ 4.451,50	\$ 5.047,82	\$ 5.604,25	\$ 6.217,75	\$ 6.682,75
Utilidad antes de impuestos	\$ 25.225,17	\$ 28.604,31	\$ 31.757,43	\$ 35.233,94	\$ 37.868,89
25% Impuesto a la Renta	\$ 6.306,29	\$ 7.151,08	\$ 7.939,36	\$ 8.808,48	\$ 9.467,22
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 18.918,88</b>	<b>\$ 21.453,24</b>	<b>\$ 23.818,07</b>	<b>\$ 26.425,45</b>	<b>\$ 28.401,67</b>

CONCEPTO	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujo en condición normal	\$ 39.009,10	\$ 42.025,89	\$ 44.871,20	\$ 47.957,09	\$ 50.407,63
Flujo primer supuesto	\$ 18.918,88	\$ 21.453,24	\$ 23.818,07	\$ 26.425,45	\$ 28.401,67
variación	\$ 20.090,23	\$ 20.572,66	\$ 21.053,12	\$ 21.531,64	\$ 22.005,96

<b>VAN</b>	<b>\$ 40.893,24</b>
<b>TIR</b>	<b>24.42%</b>

En el primer supuesto el proyecto presenta un valor de **\$ 40.893,24** correspondiente al VAN > 0 lo que indica que el proyecto es rentable.

La tasa interna de retorno calculada del 24.42%, significa que es mejor invertir el dinero en el proyecto que en el Banco con una tasa del 7.66%.

**Tercer supuesto: Aumento del costo de materia prima en un 5%**

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 630.281,66	\$ 645.416,74	\$ 660.490,14	\$ 675.502,29	\$ 690.383,10
Costos	\$ 561.953,52	\$ 572.743,02	\$ 583.739,69	\$ 594.947,49	\$ 606.370,48
<b>Utilidad bruta en ventas</b>	<b>\$ 68.328,15</b>	<b>\$ 72.673,72</b>	<b>\$ 76.750,45</b>	<b>\$ 80.554,79</b>	<b>\$ 84.012,62</b>
Gastos Administrativos	\$ 25.718,39	\$ 26.212,18	\$ 26.715,46	\$ 27.228,39	\$ 27.751,18
Gasto Depreciación	\$ 733,24	\$ 733,24	\$ 733,24	\$ 83,30	\$ 83,30
Gastos de Amortización	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00
Gastos Financieros	\$ 5.843,46	\$ 5.448,58	\$ 5.053,70	\$ 4.658,82	\$ 4.263,94
Gasto publicidad	\$ 514,00	\$ 523,87	\$ 533,93	\$ 544,18	\$ 554,63
<b>Total Gastos</b>	<b>\$ 32.941,09</b>	<b>\$ 33.049,87</b>	<b>\$ 33.168,32</b>	<b>\$ 32.646,69</b>	<b>\$ 32.785,05</b>
<b>Utilidad operacional</b>	<b>\$ 35.387,06</b>	<b>\$ 39.623,85</b>	<b>\$ 43.582,13</b>	<b>\$ 47.908,10</b>	<b>\$ 51.227,57</b>
<b>Utilidad antes de participación laboral</b>	<b>\$ 35.387,06</b>	<b>\$ 39.623,85</b>	<b>\$ 43.582,13</b>	<b>\$ 47.908,10</b>	<b>\$ 51.227,57</b>
15% Participación laboral	\$ 5.308,06	\$ 5.943,58	\$ 6.537,32	\$ 7.186,21	\$ 7.684,14
Utilidad antes de impuestos	\$ 30.079,00	\$ 33.680,27	\$ 37.044,81	\$ 40.721,88	\$ 43.543,43
25% Impuesto a la Renta	\$ 7.519,75	\$ 8.420,07	\$ 9.261,20	\$ 10.180,47	\$ 10.885,86
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 22.559,25</b>	<b>\$ 25.260,20</b>	<b>\$ 27.783,61</b>	<b>\$ 30.541,41</b>	<b>\$ 32.657,58</b>



CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo en condición normal	\$ 39.009,10	\$ 42.025,89	\$ 44.871,20	\$ 47.957,09	\$ 50.407,63
Flujo primer supuesto	\$ 22.559,25	\$ 25.260,20	\$ 27.783,61	\$ 30.541,41	\$ 32.657,58
variación	\$ 16.449,85	\$ 16.765,69	\$ 17.087,59	\$ 17.415,67	\$ 17.750,05

<b>VAN</b>	<b>\$ 56.267,27</b>
<b>TIR</b>	<b>27.31%</b>

En el primer supuesto el proyecto presenta un valor de **\$56.267,27** corresponde al  $VAN > 0$  lo que indica que el proyecto es rentable.

La tasa interna de retorno calculada del 27.31%, significa que es mejor invertir el dinero en el proyecto que en el Banco con una tasa del 7.66%.

## CONCLUSIONES

- Mediante el desarrollo del marco teórico se pudo reunir, depurar y explicar los elementos conceptuales y teorías existentes en relación a cada una de las variables, esto permitió establecer procedimientos en orden cronológicos al momento de ejecutar cada una de las fases del proyecto.
- Mediante el marco metodológico se estableció la modalidad de la investigación cuantitativa y cualitativa, se aplicaron encuestas a los representantes de los hogares del cantón salcedo y a los negocios que utilizan cárnicos para la elaboración de alimentos, así también se realizaron entrevistas a la competencia actual reuniendo los datos necesarios para el estudio del proyecto.
- Para determinar la demanda futura se considera la pregunta n° 6 de la encuesta en la cual se identifica el consumo de cárnicos por libras de los hogares y los negocios, la oferta futura se calcula mediante una entrevista a la competencia para determinar cuántas libras de los distintos tipos de carne venden diario, semanal y mensualmente. En el estudio técnico se determina que el local comercial tendrá 6 metros de ancho y 17 metros de fondo, obteniendo el espacio suficiente para que los productos sean almacenados y refrigerados correctamente, así también la maquinaria utilizada tenga un espacio adecuado con la ventilación necesaria. En el estudio financiero se identifica los ingresos y gastos que se utilizan en la ejecución del proyecto y la factibilidad de su puesta en marcha.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda analizar cada una de las fases que intervienen en un proyecto de inversión con el fin de identificar la demanda insatisfecha, la localización optima del lugar, el personal que formará parte de la empresa y sus funciones específicas, así también los indicadores financieros que permitan tomar decisiones.
- Se pretende cubrir el 100% de la demanda insatisfecha al obtener materia prima suficiente que proporciona la matriz ubicada en la ciudad de Latacunga. Se pretende mantener el precio de venta promedio con el fin de ser más competitivos y captar mayor número de clientes.
- Se recomienda en el estudio de mercado satisfacer el 10% de la demanda insatisfecha considerando la capacidad de almacenamiento de la empresa de 350000 libras de carne al año y el tiempo de trabajo de los 2 vendedores. En el estudio financiero se identifica los ingresos que produce la venta de carne en un precio regulado por el mercado así también se identifica los gastos y costos óptimos para alcanzar una rentabilidad lo que genera que el proyecto sea factible de ejecutarlo. En el estudio económico se obtiene un VAN calculado de \$122.906,54 correspondiente al  $VAN > 0$  lo que indica que el proyecto es rentable. La tasa interna de retorno calculada del 34,19%, lo que significa que es mejor invertir el dinero en el proyecto que ponerlo a producir en una entidad financiera, ya que esta se encuentra en una tasa del 7.66%. Se recupera el capital a partir de 1 año 8 meses 26 días.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acebo, M. (2016). Industria de ganadería de carne. *ESPAE*.
- Albis, M. (2017). *Ciclo del proyecto*. Obtenido de <http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/2202/Ciclo%20del%20proyecto.pdf?sequence>
- Atucha, A., & Gualdoni, P. (2018). *El funcionamiento de los mercados*. Argentina: Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Ayuso, S. (2017). *La medición del impacto social en el ámbito empresarial*. Obtenido de <http://www.dirse.es/11794-2/>
- Baca G. (2001). *Evaluación de proyectos*. México: Granw- Hill.
- Berger, C. (2010). *Fresh fruit and vegetables as vehicles for the transmission of human pathogens*. Environmental Microbiology .
- Cantos, E. (2014). *Proyecto de factibilidad para la ampliación de la Empresa Avícola de producción y comercialización de pollos "Cantos" en el cantón General Antonio Elizalde (Bucay), provincia del Guayas*. Riobamba:(Tesis pregrado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Castro, H. (2017). *Poyectos de inversion I, 2,3*. Bogotá: Universidad Santo Tomás.
- Corrillo, M., & Quiroga, G. (2015). Estudio de localización de un proyecto. Bolivia: Universitaria UAJMS.
- Domínguez, G., Domínguez, J., & Domínguez, B. (2015). *Guía Práctica para un plan de negocios y obtención de fondos del Gobierno Federal*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos A.C.
- Duque, J. (2018). *Análisis de sensibilidad*. Obtenido de <https://www.abcfianzas.com/administracion-financiera/que-es-un-analisis-de-sensibilidad>
- Ecolink. (2018). *Evaluación de proyecto de inversión*. Obtenido de De: <https://www.econlink.com.ar/proyectos-de-inversion/razon-beneficio-costos>
- Enciclopedia de Características. (2017). *Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de: <https://www.caracteristicas.co/responsabilidad-social-empresarial/>
- Fernandez. (2015). *Proyectos de inversión* 2ª ed.. Costa Rica: Editorial tecnomólica de Costa Rica.
- Fernández, E. (2000). *Microbiología e inocuidad de los alimentos*. México: Universidad Autónoma de Querétaro.
- Fernandez, M. (2014). Descubrimos la empresa en edades tempranas. Albacete: MARPADAL.

- Fontaine, E. (2013). *Evaluación social de proyectos*. México: Pearson.
- Gañan , V. (2018). *La importancia de la publicidad en las redes sociales*. Obtenido de <https://blog.servilia.com/la-importancia-de-la-publicidad-en-las-redes-sociales/>
- García, M. (2015). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de productos agrícolas limpios en la parroquia San Juan, canton Riobamba, provincia de Chimborazo*. (Tesis pregrado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Gomez, S. (2012). *Metodología de l investigación*. RED TERCER MILENIO S.C.
- Gómez, W. (2013). *Prácticas empresariales*. Bogotá: ECOE.
- Gonzales. (2015). *Proyecto de viabilidad del negocio o microempresa, planificacion, prganizacion de recursos y detrminacion de la rentabilidad*. Madrid: Ideaspropias Editorial.
- Herrera. (2015). *Evaluación de proyecto de construcción*. California: Copyright.
- Hoyo, A. (2014). *El precio de mercado*. Cantabria: Ediciones Universidad Cantabria.
- INEC. (2010). *Población de 10 y más años por condición de actividad, según provincia, cantón y parroquia de empadronamiento y sexo*. Salcedo: INEC.
- Jaime, E. (2017). *Investigación sobre el emprendimiento en el ecuador realizado en los últimos 5 años*. Guayaquil: Universidad ECOTEC.
- Ketelhohn, W., Marín, N., & Montiel, L. (2013). *Análisis de inverisones estratégicas*. Bogotá: Norma.
- La Hora. (2013). *Operativos en control de carne*. La Hora.
- Leggiadro , R. (2015). *Caracterización del valor nutricional de alimentos*. Uruguay: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), 2015.
- Líderes. (2015). *En ocho provincias se concentra el mayor consumo de cárnicos*. *Líderes*.
- López , M., Gonzáles, M., Osobampo, S., Cano, A., & Gálvez, R. (2010). <http://www.itson.mx>. Obtenido de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudiotecnico.pdf>
- Luis Barreno. (2008). *Compedido de Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. (pág. 9). Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
- Luna, A. (2016). *Plan estratégico de negocios*. México: Patria.
- Manene.L, L. (2015). *Organización Empresarial*. Obtenido de <http://ecoeoe.com/archivos/eoe/temas/Tema%2005%20Organizacion.pdf>
- Martínez, T., & Mora, D. (2010). *Conocimientos y opiniones de la carne de pollo*. *Scielo*, 19.
- Meza. (2014). *Evaluación de proyectos financieros*. Bogotá: ECO EDICIONES.
- Meza. (2018). *Evaluación Financiera de proyectos*. Madrid: ECOE.
- Montero, C. (2018). *Finanzas Bursátiles en México*. mÉXICO: FISCALES ISEF, S.A.
- Morales, A., & Morales, J. (2009). *Proyectos de Inversión*. México: Mc Graw Hill.

- Moyano, L. (2015). *Plan de negocio*. Lima: Macro.
- NIRKO. (2019). <http://www.nirco.com/index.php>. Obtenido de <http://www.nirco.com/index.php>
- Orjuela, S., & Sandoval, P. (2002). *Guía del estudio de mercados para la evaluación de proyectos*. Santiago : Universidad de Chile.
- Pacheco , C., & Pérez, G. (2016). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Pascual , A. (2017). *Impacto ambiental emprearial* . Obtenido de <https://www.ainia.es/tecnoalimentalia/tecnologia/10-acciones-que-las-empresas-pueden-hacer-para-reducir-el-impacto-ambiental/>
- PDOT. (2014). *Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Salcedo*.
- PDOT. (2015). *Plan de Ordenamiento Territorial Cotopaxi*.
- Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2010). *Microeconomía*. Madrid: Pearson.
- Ramírez, E., & Cajigas , M. (2005). *Proyecto de inversión competitivos* . Palmita.
- Reyes . (2013). *Nuevas tendencias en el negocio electrónico*. Madrid: Palibrio.
- Rogan, K. (2017). *Cómo funciona la publicidad en páginas web ¡Descubre cómo vender y ganar!* Obtenido de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/ganar-dinero-y-vender-pagina-web-publicidad>
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Sapag, N. (2010). *Proyectos de inversion formulacion de pyoyectos*. Mexico: Pearson Educacion de México.
- SOLOSTOCKS. (2019). <https://www.solostocks.com/venta-productos/equipos-refrigeracion-transferencia-calor/camaras-frigorificas/camara-frigorifica-acero-inox-31315191>. Obtenido de <https://www.solostocks.com/venta-productos/equipos-refrigeracion-transferencia-calor/camaras-frigorificas/camara-frigorifica-acero-inox-31315191>
- Stracuzzi , S., & Martins., F. (2006). *Metodología de l ainvestigación cualitativa*. Caracas: FEDUPEL,.
- Tene, M. (2016). “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa industrializadora de balanceados. ESPOCH.
- Trama. (2016). *La importancia de la imprenta en la publicidad*. Obtenido de <https://www.tramapublicidad.com/blog/la-importancia-de-la-imprenta-en-la-publicidad/>
- USC. (2015). <http://www.fulp.eu>. Obtenido de [http://www.fulp.eu/files/webfm/File/web/servicios/investigadoresydocentes/creacion\\_empresas/MANUALFINANCIACIONSPIN-OFFS.pdf](http://www.fulp.eu/files/webfm/File/web/servicios/investigadoresydocentes/creacion_empresas/MANUALFINANCIACIONSPIN-OFFS.pdf)

- USPAE. (2016). *Unidad de Servicios Profesionales Altamente Especializados*. Obtenido de <http://uspaeinecol.com/>
- Vargas, G. (2006). *Introducción a la teoría económica un enfoque latinoamericano*. México: Pearsom.
- Villarino, A. (2013). *Carne de Cerdo & Alimentación Saludable*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid .

## ANEXO

### Anexo A: Encuesta



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA: INGENIERÍA FINANCIERA**



### **CUESTIONARIO APLICADO A LOS POSIBLES CLIENTES DE LA EMPRESA GRAN FERIA DE CARNES “DON SEBITAS EN EL CANTÓN SALCEDO**

**Objetivo:** Identificar el mercado objetivo de la Empresa Gran Feria de Carnes “Don Sebitas” en el cantón Salcedo.

#### **Datos informativos**

Género:

Edad:

Estado Civil:

**Adquiere carne para su hogar** ☐

**Adquiere carne para su negocio** ☐

1. ¿En qué lugar usted adquiere actualmente carne para la preparación de sus alimentos?

☐ Mercado de la localidad

☐ Carnicerías

☐ Tiendas del barrio

☐ Supermercado

Otros \_\_\_\_\_

2. ¿Qué tipos de carne compra generalmente para su consumo?

☐ Res

☐ Cerdo

☐ Pollo

☐ Cuy

☐ Borrego

Otros \_\_\_\_\_

3. ¿Con que frecuencia usted compra carne para preparar sus alimentos?

☐ Todos los días

☐ 2 o 3 veces a la semana

☐ 2 o 3 veces al mes



4. ¿Qué aspectos considera usted importantes al elegir el lugar donde adquiere sus cárnicos?
- ☐ Calidad de la carne
  - ☐ Atención al cliente
  - ☐ Variedad de productos
  - ☐ Limpieza interna y externa del lugar donde se expende la carne
  - Otra \_\_\_\_\_
5. ¿Qué tipo de dificultad presenta actualmente al adquirir cárnicos en lugares de su localidad?
- ☐ Higiene
  - ☐ Precio
  - ☐ Variedad
  - ☐ Atención al cliente
  - ☐ Calidad
6. ¿Cuánto es el promedio que usted gasta para el consumo de carne?
- ☐ 1-5 libras
  - ☐ 6- 10 libras
  - ☐ 11 libras a más \_\_\_\_\_
7. ¿Adquiriría los productos de una nueva sucursal denominada Gran Feria de Carnes “Don Sebitas en el cantón Salcedo?
- ☐ Si
  - ☐ No
8. ¿Desearía que la empresa Gran Feria de Carnes “Don Sebitas ofrezca el servicio de entrega a domicilio?
- ☐ Si
  - ☐ No
9. ¿Por qué medios de comunicación desearía que la empresa le informe acerca de promociones, descuentos y nuevos producto.

- ☐ Correo electrónico
- ☐ Mensaje de texto
- ☐ Página web de la empresa
- ☐ Redes sociales
- ☐ Gigantografías

## Anexo B: Variación del PIB

PIB	PORCENTAJE
2014	3,7
2015	0,3
2016	-1,2
2017	2,4
2018	1,4
<b>2019</b>	<b>1,32</b>

**Anexo C: Promedio de precios**

DETALLE	PRECIO CARNE RES LIBRAS	DETALLE	PRECIO CARNE CERDO LIBRAS	DETALLE	PRECIO CARNE DE POLLO LIBRAS
Hueso	1,1	Hueso	1,25	Hueso	1
Costilla	1,5	Costilla	1,85	Piernas y pospiernas	1,65
Carne Normal	2,25	Carne Normal	2,25	Alitas	1,7
Pulpa	2,65	Pulpa	2,85	Pechuga	1,75
Chuleta de res	1,85	Chuleta de cerdo	2,8	Pollo	1,3
<b>Total</b>	<b>9,35</b>	<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>Total</b>	<b>7,4</b>
<b>Media</b>	<b>1,87</b>	<b>Media</b>	<b>2,2</b>	<b>Media</b>	<b>1,48</b>

DETALLE	PRECIO
Precio Carne	1,87
Precio Cerdo	2,2
Precio Pollo	1,48
<b>Media</b>	<b>1,85</b>



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE  
CHIMBORAZO**



**DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS  
PARA EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS**  
REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

**Fecha de entrega:** 07/02/2020

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> Kathy Yolanda Salazar Calderón
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Carrera:</b> Ingeniería Financiera
<b>Título a optar:</b> Ingeniera en Finanzas
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b>

